

**НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ  
«КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ  
імені ІГОРЯ СІКОРСЬКОГО»  
Факультет соціології і права  
Кафедра соціології**

«До захисту допущено»  
Завідувач кафедри  
\_\_\_\_\_ П.В.Кутуєв  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

**Дипломна робота  
на здобуття ступеня бакалавра  
з напряму підготовки 6.030101 «Соціологія»  
на тему: «Вплив мережевих засобів масової комунікації на  
формування ціннісних орієнтацій української молоді»**

Виконав:  
студент IV курсу, групи СА-51  
Волицький Назарій Сергійович \_\_\_\_\_

Керівник:  
Доцент кафедри соціології, кандидат філософських наук  
Пиголенко І. В. \_\_\_\_\_

Рецензент:  
Доцент кафедри теорії та практики управління  
кандидат наук з державного управління  
Цимбаленко Я. Ю. \_\_\_\_\_

Засвідчую, що у цій дипломній  
роботі немає запозичень з праць  
інших авторів без відповідних  
посилань.  
Студент \_\_\_\_\_

**Національний технічний університет України**  
**«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»**

**Факультет соціології і права**

**Кафедра соціології**

Рівень вищої освіти – перший (бакалаврський)

Напрямок підготовки– 6.030101 «Соціологія»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

\_\_\_\_\_ П.В.Кутуєв

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

**ЗАВДАННЯ**

**на дипломну роботу студенту**

**Волицького Назарія Сергійовича**

1. Тема роботи «Вплив мережевих засобів масової комунікації на формування ціннісних орієнтацій української молоді», керівник роботи Піголенко Ігор Вікторович, доцент кафедри соціології, кандидат філософських наук, затверджені наказом по університету від «25» квітня 2019 р. №1206-с

2. Термін подання студентом роботи 12.06.2019

3. Об'єкт: формування особистості та ціннісних орієнтацій української молоді

Предмет: вплив мережевих засобів масової комунікації на формування цінностей української молоді.

4. Зміст роботи:

**ВСТУП**

1. Теоретико-методологічні засади засобів масової комунікації. Місце новітніх мережевих засобів масової комунікації в житті людини та суспільства.

1.1. Основні напрямки розвитку засобів масової комунікації. Поняття масової комунікації та її місце в суспільному житті.

1.2 Роль засобів масовії комунікації в формуванні індивідуальної та суспільної свідомості.

1.3 Особливості мережових ЗМК, розвиток соціальних мереж, та їх місце в житті сучасної людини

2. Формування особистості під впливом засобів масової комунікації.

2.1 Вплив ЗМК на процеси соціалізації та особливості взаємодії молоді з засобами масової комунікації

2.2 Особливості самореалізації молоді та характеристика цінностей, що несе глобальна мережа.

3. Емпіричне дослідження методом фокус-групи для з'ясування впливу мережових ЗМК на формування ціннісних орієнтирів української молоді

3.1 Розробка дослідження

3.2 Результати проведеного дослідження та формування висновків

ВИСНОВОК

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

5. Перелік ілюстративного матеріалу - 10 сторінок.

6. Дата видачі завдання березень 2019 р.

#### Календарний план

№ з/п	Назва етапів виконання дипломної роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
	Визначення напрямку дослідження	Вересень 2018	
	Формування джерельної бази дослідження	Жовтень-листопад 2018	
	Складання розгорнутого плану	Грудень 2018	
	Написання вступу до роботи (визначення об'єкту, предмету, мети та завдань)	Січень 2019	
	Підготовка і написання I розділу дипломної роботи (теоретико-	Лютий- березень 2019	

	методологічні засади засобів масової комунікації. Місце новітніх мережових засобів масової комунікації в житті людини та суспільства.)		
	Написання II розділу дипломної роботи (формування особистості під впливом засобів масової комунікації)	Квітень-травень 2019	
	Написання III розділу, висновків та коригування списку літератури.	Травень - червень	
	Передача дипломної роботи на кафедру	12.06.2019	

Студент

Н.С. Волицький

Керівник роботи

Пиголенко І. В.

## **АНОТАЦІЯ**

**Волицький Н.С. Вплив мережевих засобів масової комунікації на формування ціннісних орієнтацій української молоді. - Рукопис.**

**Бакалаврська дисертація на здобуття ступеня бакалавр з напрямку підготовки 6.030101 «Соціологія». – Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського». Кафедра соціології. – Київ, 2019. – 101 с., список використаних джерел з 34 найменувань.**

У дипломній роботі розглядаються особливості розвитку мережевих засобів масової комунікації, в контексті їх місця в суспільстві. Вивчається їх впливу на процеси соціалізації, формування особистості та цінностей. За допомогою фокус групового дослідження проаналізовані чинники високої залученості молоді до користування мережевих ЗМК, фактори їх впливу, особливості взаємодії молодих людей із середовищем спілкування.

**Ключові слова:** мережеві засоби масової комунікації, молодь, молодь України, соціальні мережі, онлайн-спілкування, вплив засобів масової комунікації на цінності, формування особистості, соціалізація в сучасному суспільстві, онлайн ЗМІ.

## **ABSTRACT**

**Volytskyi N.S. Influence of network media of mass communication on the formation of value orientations of Ukrainian youth. - Manuscript.**

**Bachelor's thesis for obtaining a bachelor's degree in specialty 6.030101 "Sociology". - National Technical University of Ukraine "Kyiv Polytechnic Institute named after Igor Sikorsky". Department of Sociology. - Kyiv, 2019. - 101 p., 34 sources.**

In the thesis the peculiarities of development of network media of mass communication, in the context of their place in society are considered. Studying their influence on the processes of socialization, formation of personality and values. With the help of the focus of group research, factors of high involvement of young people in the use of network media, factors of their influence, especially the interaction of young people with the medium of communication were analyzed.

**Key words:** network media of mass communication, youth, youth of Ukraine, social networks, online communication, influence of media communication on values, formation of personality, socialization in modern society, online media.

## **ЗМІСТ**

<b>ВСТУП</b>	<b>3</b>
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ. МІСЦЕ НОВІТНІХ МЕРЕЖЕВИХ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ В ЖИТТІ ЛЮДИНИ ТА СУСПІЛЬСТВА.</b>	<b>6</b>
1.1. Основні напрямки розвитку засобів масової комунікації. Поняття масової комунікації та її місце в суспільному житті.	6
1.2 Роль засобів масової комунікації в формуванні індивідуальної та суспільної свідомості.	12
1.3 Особливості мережових ЗМК, розвиток соціальних мереж, та їх місце в житті сучасної людини.	18
<b>РОЗДІЛ 2. ФОРМУВАННЯ ОСОБИСТОСТІ ПІД ВПЛИВОМ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ.</b>	<b>26</b>
2.1 Вплив ЗМК на процеси соціалізації та особливості взаємодії молоді з засобами масової комунікації	26
2.2 Особливості самореалізації молоді та характеристика цінностей, що несе глобальна мережа.	33
<b>РОЗДІЛ 3. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ МЕТОДОМ ФОКУС-ГРУПИ ДЛЯ З'ЯСУВАННЯ ВПЛИВУ МЕРЕЖЕВИХ ЗМК НА ФОРМУВАННЯ ЦІННІСНИХ ОРІЄНТИРІВ УКРАЇНСЬКОЇ МОЛОДІ</b>	<b>39</b>
3.1 Розробка дослідження	39
3.2 Результати проведеного дослідження та формування висновків	44
<b>ВИСНОВКИ</b>	<b>64</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b>	<b>66</b>

## ВСТУП

### **Актуальність теми дослідження.**

Засоби масової комунікації відіграють ключову роль в житті сучасної людини і суспільства. Вони стали невід'ємною частиною прогресу та одним з рушіїв глобалізації.

Револьюційне значення в історії масової комунікації зіграла поява мережі Інтернет з її можливостями зворотного зв'язку і впливом на виробничу, соціально-політичну, культурно-ідеологічну області життя людства. В результаті чого, змінюються внутрішній світ людини і система її цінностей.

Засоби масової комунікації є сьогодні найважливішим фактором соціалізації сучасної молоді. Вони стали простором, де молода людина засвоює соціальні норми та отримує соціальний досвід, і в той же час, у процесі входження в соціальне середовище, сама активно відтворює систему соціальних зв'язків.

### **Стан наукової розробленості проблеми.**

Вихідним пунктом розгляду основних напрямків вивчення масової комунікації є уявлення про складну природу цього явища. Різноманітністю концептуальних підходів відрізняється і та галузь знань, в безпосередній сфері уваги якої знаходиться аналіз місця і ролі засобів масової комунікації в середовищі молоді. Соціальна комунікація давно і плідно вивчається в рамках самих різних дослідницьких парадигм. Це - символічний інтеракціонізм (Дж.Г. Мід, Г. Блумер та ін.), Феноменологія (Г.Гарфинкель, А. Шюц і ін.), Діалогизм (М. М. Бахтін, М. Бубер та ін.), Постмодернізм (Ж. Бодрійяр, Ж.-Ф. Ліотар та ін.) і інші відомі школи і напрямки, в рамках яких були отримані важливі відомості про багатьох сторонах соціальної комунікації. Свого часу К. Маркс і Ф. Енгельс широко використовували поняття "Verkehr" ( "спілкування"), а до форм спілкування відносили базисні структури взаємодій між людьми (Маркс & Енгельс, 1970)



Вагомий внесок у розвиток концепції інформатизації суспільства внесли Р.Ф. Абдеев, А.К. Айламазян, Д. Белл, З. Бжезинський, Н.П. Ващекин, В.І. Гриценко, Ю.М. Канигін, В.З. Коган, І. Масуда, В.Н. Костюк, В.С. Михалевич, Е.П. Семенюк, Е.В. Стась, Г. Стоуньер, О. Тоффлер, А. Турен, А.Д. Урсул, та ін.

### **Мета і завдання дослідження.**

В даній роботі розглядається зв'язок мережевих засобів масової комунікації з ціннісними орієнтирами сучасної молоді. Позначається специфіка ЗМК, визначаються їх функції та функціональна своєрідність, виділяються специфічні риси. Також велика увага приділяється інновативному потенціалу мережевих засобів масової комунікації в умовах модернізації суспільства і трансформації суспільних соціокультурних інститутів. Метою роботи є виокремлення особливостей мережевих засобів масової комунікації та їх ідентифікація як фактору формування ціннісних орієнтирів української молоді.

Завдання роботи є:

- Розкрити сутність та структуру засобів масової комунікації;
- Визначити особливості сучасних мережевих засобів масової комунікації
- Простежити вплив засобів масової комунікації на розвиток масової культури інформаційного суспільства, формування масової свідомості;
- Розглянути місце спілкування у формуванні особистості.
- Виявити основні чинники, що зумовлюють високу залученість молоді до користування сучасними мережевими засобами масової комунікації
- Визначити місце мережевих ЗМК у житті молодих людей
- Проаналізувати вплив засобів масової комунікації на формування світогляду та цінностей української молоді;

**Об'єкт і предмет дослідження.**

Об'єкт: формування особистості та ціннісних орієнтацій української молоді

Предмет: вплив мережевих засобів масової комунікації на формування цінностей української молоді.

**Методи дослідження.**

Дослідження базується на використанні набору загальнотеоретичних методів, Принципів і підходів. При написанні роботи використовуються методи аналізу та синтезу, а також порівняльний та історичний. Ці методи дозволяють дати адекватну відповідь на запитання про генезис, сутність, структуру та взаємозв'язки засобів масової комунікації на формування цінностей української молоді. Також використовується якісний соціологічний метод фокус-груп.

**Теоретична та практична цінність роботи.**

Практичне значення отриманих результатів для дипломної роботи «Вплив мережевих засобів масової комунікації на формування ціннісних орієнтацій української молоді»: Розвинуті в дипломній роботі положення є внеском до теорії та емпіричного вивчення впливу мережевих засобів масової комунікації на процеси соціалізації, трансляції ціннісних орієнтирів серед української молоді; вони можуть бути використані для подальших досліджень сфери масових комунікацій.

**Структура роботи**

Дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, поділених на підрозділи, висновків, списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи – 62 сторінки. Список використаних джерел містить 50 найменувань

## **РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ. МІСЦЕ НОВІТНІХ МЕРЕЖЕВИХ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ В ЖИТТІ ЛЮДИНИ ТА СУСПІЛЬСТВА.**

### **1.1. Основні напрямки розвитку засобів масової комунікації. Поняття масової комунікації та її місце в суспільному житті.**

Ми живемо в епоху технологічних та соціо-культурних зрушень, переходу від індустріальної, де основний профіль – виробництво товарів, до постіндустріальної, де на перший план виходить сфера послуг, економіки. Це явище відображає об'єктивну тенденцію еволюції цивілізації, пов'язану з появою нових інформаційних і комунікаційних технологій, нових потреб і нового способу життя. Настав такий етап розвитку, коли інформація стала однією з основних цінностей в житті людей. Для розгляду феномена інформатизації сучасного суспільства і засобів масової комунікації необхідно розібратися в понятті інформації.

Існують різні визначення інформації, вони складні, комплексні та суперечливі, особливо, коли відбувається переосмислення її місця в економіці та побуті. Можна запропонувати наступне узагальнене визначення поняття інформація: це сукупність відомостей про матеріальний і духовний світ, про закономірності й тенденції його розвитку, які можна відтворювати шляхом передачі усним, письмовим або електронним способом.

З боку сучасного суспільства, інформація є предметом активного споживання. Перед тим як дійти до споживача, вона проходить ряд етапів:

- Збір даних
- Вторинна обробка
- Зберігання інформації
- Передача інформації.

На кожному з цих етапів, особливо на етапі передачі інформації зростає роль засобів масової комунікації (ЗМІ, мережевої і теле- комунікації). Масова

комунікація — фундаментальний стан сучасного суспільства, в якому складна, функціонально диференційована соціальна структура втілена у символічних формах і образах, які здатна сприймати і розуміти корпоративна, масова й індивідуальна свідомість. Серед аудиторій, які охоплюють більшу частину населення, сприйняття об'єктивної реальності відбувається шляхом поширення та споживання соціально значущої інформації, що є наслідком злиття інформації із системою цінностей і норм різних груп, регуляції їх контактів із середовищем. (Іванов, 2010)

В результаті інформатизації, виникає інформаційне суспільство, де головним об'єктом управління стають не матеріальні об'єкти, а символи, ідеї, образи, інтелект, знання. Передбачається, що в історії відбулося кілька інформаційних революцій під якими розуміється реформування суспільних відносин, як наслідок появи нових технологій обробки інформації.

Четверта інформаційна революція в 70-х роках XX ст привела як уже зазначалося вище до появи інформаційного суспільства. Технологічною основою цієї революції став винахід мікропроцесорної технології і поява персонального комп'ютера, комп'ютерних мереж, комунікації, заснованої на електронних, а не механічних і електричних засобах перетворення інформації, на мініатюризації всіх вузлів, пристроїв, приладів, машин, на програмно-керованих пристроях.

В індустріальному суспільстві основна боротьба ведеться за доступ до сировинних ресурсів. Іншими словами, влада належить тому, хто дістався до нафтової свердловини. Чим менше тих, хто може качати з неї нафту, тим краще кожному з них. А якщо комусь вдається усунути конкурентів і залишитися біля «крану» одному, виникає ідеальна для нього ситуація: він стає монополістом, саме йому належить влада в суспільстві. В постіндустріальному суспільстві переходить до того, хто здатний правильно вгадувати тенденції розвитку і використовувати їх у своїх цілях. (Masuda, 1983)/

В цілому визначення інформаційного суспільства можна уявити наступним чином: інформаційне суспільство - це таке суспільство, в якому більшість працюючих зайнято виробництвом, зберіганням, переробкою і реалізацією інформації, особливо вищої її форми - знань.

Ще одна відмінність з індустріальною стадією розвитку пов'язана з типом ресурсів. Одне з найважливіших властивостей індустріального ресурсу - виснаженість. Ресурс витрачається і зменшується в ході його використання. Інформаційні ресурси володіють іншими властивостями, зазвичай їх відносять до типу синергетичних або саморозширювальних. У процесі використання такі ресурси збільшуються, а якість їх покращується. Зрозуміло, що працювати з вичерпними і саморозширювальними ресурсами слід по-різному, до того ж на перший план в інформаційному суспільстві виходять абсолютно нові засоби комунікації.

Виділяють кілька конфігурацій теорії масової комунікації. Вихідною конфігурацією теорії масової комунікації є, очевидно, саме поняття «масова комунікація», без якого, як це неважко собі уявити, ніякі її теорії взагалі неможливі. Ще в 1909 році Ч. Кулі, автор теорії «залучення» індивідів до «більшої свідомості» як сукупності накопичених соціально значущих «станів відчуження» і «відображень (imagination)», виділяють комунікацію як засіб актуалізації «органічно цілого світу людської думки». (Cooley, 1953) Пізніше Дж. Г. Мід (1934) в руслі цих міркувань розглядав суспільство як результат сукупності процесів взаємодії індивідів один з одним. Мід відзначав, що тотожність значень актів взаємодії дозволяє кожному з його учасників приймати на себе роль «Іншого», в тому числі і «узагальненого іншого», коли накопичений досвід постає таким чином, що виступає по відношенню до нього в якості загальнозначущого і загальнодоступного. (Мід, 2000)

Говорячи про масову комунікацію, неможливо не згадати про масову свідомість. Масова свідомість формувалася аж ніяк не новими інструментами спілкування самими по собі. Істотно важливою характеристикою цієї свідомості, що прирікає її буквально на наркотичну залежність від засобів

масової комунікації став стан її незаповненості. Утворений в будь-якому випадку комунікаційний вакуум - ця свого роду незнищенна жага, для тамування якої людина повинна постійно оновлювати стрічку новин, програвати наступне відео з лайфхаками, а потім і до перегляду нових фото друзів.

Для глибшого розуміння впливу засобів масової комунікації, необхідно почати з вивчення засобів спілкування, та їх аналіз в історичному контексті. В кінці XIX - початку XX століття, Ч. Кулі виділяє газети, пошту, телеграф, залізні дороги, освіту як основу засобів спілкування. (Cooley, 1953) Далі, з появою загальнодоступної преси, та дешевого кінематографу, а потім і радіо, поняття «інформатизації мас» розширилося утворюючи таким чином поняття «масової комунікації»

В міру вивчення масової інформатизації, П. Лазарсфельд і Р. Мертон писали в 1948 р статтю про небезпеку встановлення «психологічної монополії» мас-медіа, виявивши при цьому існування в соціології значного нонконформістського потенціалу. Подальше розкриття цього потенціалу призвело до появи широкої соціологічної критики, що поширилася, по суті, на всі області дії масової комунікації. (Lazarsfeld & Merton, 1948)

Прояснюючи поняття «інформаційного суспільства», буде виникати задача застосування в теоретичних дослідженнях масової комунікації конфігурації, розробленої М. Маклуеном. згідно якої «сам засіб комунікації і є повідомленням» тобто, з одного боку, впливає на людину і суспільство, на самі «засоби комунікації», а з іншого - саме зазнає при цьому різноманітного впливу. Передбачається послідовний розгляд того, як ми, вступаючи в відносини один з одним, формуємо середовище спілкування, щоб воно формувало нас чи як наше середовище спілкування формує нас таким чином, що ми, в свою чергу, самі формуємо його.

Масова комунікація - одне з тих важливих явищ сучасного суспільства, яке помітно позначається на розвитку суспільних відносин всередині кожної країни і між країнами та народами. Сучасний світ складний, різноманітний,

динамічний. Він суперечливий, але взаємозалежний і багато в чому цілісний. Розвиток суспільних відносин супроводжується поглибленням відносин спілкування і розгалуженням зв'язків людини з людиною, народу з народом, суспільства з суспільством, тобто розвитком процесів соціальної комунікації. Масова комунікація стала невід'ємною частиною сучасного суспільства, економіки, політики та культури, охоплює міжнародні, міжгрупові чи міжособистісні відносини. Триваюче перетворення засобів масової комунікації надає зростаючий вплив як на соціально - політичну, так і на матеріально – виробничу, культурно - ідеологічну області життя всього людства та окремої людини. Поширення в українському суспільстві загальнолюдських демократичних цінностей, таких як свобода слова, правова держава, приватна власність, ринкова економіка, стало реальністю багато в чому завдяки інтенсивним комунікаційним процесам, і перш за все діяльності засобів масової інформації.

Термін ЗМК - засоби масової комунікації, зустрічається в багатьох роботах з психології, журналістики, соціології. Проте більшість дослідників традиційно рідко звертаються до нього, віддаючи перевагу більш звичному аналогу - ЗМІ (засоби масової інформації). Але аналог цей не завжди точний, так як в терміні ЗМІ не відображені всі інформаційні відносини людей, які входять в широкий процес соціальної комунікації. Ряд дослідників розглядає ЗМІ як частину масової комунікації, іноді ототожнюючи ці поняття. Зокрема, в *mass media* німецький класик комунікативних досліджень Е. Ноель-Нойман бачить перш за все «односторонню, опосередковану публічну комунікацію» (Ноэль-Нойман, 1996)

Вивчення ЗМК зосереджене на каналах передачі інформації, де кожен користувач є і джерелом і споживачем одночасно. За кілька останніх десятиліть соціологи, політологи, психологи, фахівці в області інформатизації розробили понятійний апарат, основні моделі та методологічні підходи до вивчення процесів і суб'єктів масової комунікації.

Науково-технічний прогрес створює оптимальні умови для технічного розвитку засобів масової інформації, породжуючи в той же час певні ілюзії про їхню всемогутність і слабкості живих, природних засобів масової комунікації.

Розвиток мережевих комунікацій включає в себе і такі процеси, в ході яких інформація не тільки передається, але і спотворюється, може мимоволі зростати або згасати. Масова комунікація за самою своєю природою вимагає інновацій, що надає їй динамічність і непередбачуваність її ефектів. Тому якщо одні дослідники з захопленням перераховують багатство способів використання масової комунікації, розглядаючи їх, як зовсім нові, характерні лише для «добы інтернету» в ХХІ столітті, то інші стверджують при цьому, що комунікація між людьми існувала в усі епохи, а в наш час просто з'явилися технічні засоби більш масової її реалізації.

Складність комунікативного процесу пов'язана з тим, що одна і та ж інформація може бути по-різному зрозуміла і осмислена різними людьми. Більш того, одна і та ж інформація не може бути сприйнята по-різному навіть однією людиною в різні періоди її життя або коли вона знаходиться в різних емоційних станах.

З появою Інтернету людина почала більше часу проводити за комп'ютером (збирати інформацію, освоювати нові програми, грати в комп'ютерні ігри). Проте полегшення доступу до глобальної мережі, широкий доступ до пристроїв мережевої комунікації повернули використання ЗМК на новий рівень. З боку проведення дозвілля, доступ до мережевих ЗМК забезпечує людей якісно іншою інформацією, якщо раніше говорили про усамітнення людини, збільшення її незалежності через широкий набір інтернет інструментів. Сьогодні, молода людина, яка активно залучена до користування мережевими ЗМК, постійно знаходиться в секундній доступності до персоналізованих джерел інформації та кіл спілкування. Наслідком такої доступності стало те, що рамки особистого та публічного значно розширилися.



## **1.2 Роль засобів масовії комунікації в формуванні індивідуальної та суспільної свідомості.**

Розробляючи питання про роль системи мережових засобів масовії комунікації в формуванні індивідуальної та суспільної свідомості, варто назвати декілька важливих факторів:

- Швидкий розвиток сучасних ЗМК сприяє їх впливу на життєдіяльність і культуру сучасного суспільства.
- Реальне зростання в світі кількості створюваної соціальної інформації характеризується ситуацією так званого «інформаційного вибуху», яка викликає в суспільстві соціальну потребу в користуванні потужними, технічно оснащеними і оперативно діючими системи засобів масовії комунікації, що здатні доставити суспільству цю інформацію;
- Ціннісні орієнтири суспільства починають розглядатися як динамічна система соціальної інформації, поширення якої можливо лише за допомогою системи засобів масовії комунікації.

Оскільки комунікація є специфічною формою людського спілкування та складовою сфери духовного життя суспільства, справедливо визначити, що комунікація - це специфічна культурна форма духовного спілкування людей. Значимі цінності культури відіграють роль певних інформаційних сигналів, які розповсюджуються в суспільстві в знаковій, символічній, а також образній формі. В ході спілкування культурні цінності сприяють передачі життєвого досвіду всередині і між поколіннями. Таким чином, обмін цінностями стає головним чинником в розвитку культури суспільства. Засоби комунікації виступають речовим, матеріальним компонентом комунікативного процесу і завжди виражають собою спосіб передачі, збереження, виробництва і поширення культурних цінностей в суспільстві.

Засоби масовії комунікації - це величезна частина соціальної комунікації, яка приймає на себе усні, письмові і візуальні функції. Оскільки

інформація є результатом процесу мислення, ЗМК передають як об'єктивну, так і суб'єктивну інформацію. Позитивне значення ЗМК в тому, що вони відіграють велику роль в процесі пізнання світу, - в цьому їх пізнавальна функція, а так само в способі спілкування людей, - функція взаємного спілкування. Зрозуміло, не можна нехтувати і виховною і освітньою функціями ЗМК.

Французькі дослідники Б. Катля і А. Каде також розрізняють п'ять основних функцій ЗМК:

1. Функція антени - постачає індивіду чи групі різного роду інформацію та нововведення, систематично зрушує суспільство з приводу будь-яких поглядів, установок, звичок і звичаїв, при цьому самі питання і гостра форма їх подачі порушують рівновагу, призводять до зміщення стилів життя. До ЗМК, для яких, ця функція є головною, відносяться телебачення, кінематограф інформаційні видання. Така функція ЗМК викликає порушення балансу різних сторін життя суспільства, і в індивіда все більше зростає відчуття «непридатності його схем поведінки».

2. Функція підсилювача - загострює і поширює названий дисбаланс, поки це явище не стане колективним, чи не охопить все суспільство. В результаті все суспільство відчуває посилення впливу ЗМК, драматизує події місцевого значення і перебільшує значення фактів, що стосуються невеликих груп населення. До таких ЗМК відносять радіо, регіональне телебачення, пресу, «скандальну» преса, тематичні телепередачі, спеціалізовані сторінки в соцмережах.

3. Функція фокуса - ЗМК не є джерелом, але місцем, де фокусуються зміни соціокультурних течій.

4. Функція призми - так само, як призма переломлює світло, кожен засіб масової комунікації фільтрує, деталізує і передає нові тенденції, надаючи їм простішу, доступнішу форму з атрибутами повсякденного життя кожного індивідуума, пропонує нові моделі поведінки та установки, адаптовані до нової соціальної структури. Ця роль поширення культурних інновацій і

різноманітності смаків виконується найповніше мережевими виданнями та соціальними.

5. Функція відлуння - ЗМК, у яких ця функція домінує, є захисниками і певної соціальної структури, яку вони представляють, символами певного соціального порядку і хранителями його непорушності. Ці засоби інформації протистоять інноваціям. До таких засобів інформації відносяться афіші, провінційні газети, видання для дітей і т.д. (Cathelat & Cadet, 1976)

Засоби масової комунікації також можуть бути інструментом забезпечення статичності і динаміки, засобом підтримки соціальної рівноваги, виконуючи таким чином стабілізуючу функцію в суспільстві. Нарешті, ЗМК стали однією з головних форм дозвілля і в цьому їхня розважальна функція. Зрозуміло, що вплив засобів вабить як позитивним так і негативним. На відміну від «традиційних» ЗМК, на кшталт телебачення, радіо чи преси, мережеві ЗМК дають можливість брати участь у групових дискусіях. Індивід більше не знаходиться один на один з газетою, телевізором. Інформацію можна редагувати, спростувати, та дізнатися думку інших індивідів, проте дана свобода одночасно є простором для маніпуляцій думкою або імітацією існування певних думок.

Тим не менш, одним з найбільш негативних способів впливу ЗМК на людину є маніпулювання з їх допомогою свідомістю і поведінкою людей. Термін «маніпулювання» або «маніпуляція» веде своє походження від латинського слова «manipulare», що означає керувати зі знанням справи, «надавати допомогу». Однак в сучасному значенні під маніпулюванням розуміються способи управління поведінкою індивідів за допомогою «непомітного» впливу на їх свідомість та підсвідомість. Формування громадської думки і маніпулювання нею призводять до дестабілізації суспільства. Таким чином маніпулювання масовою свідомістю в ЗМК стає засобом соціального контролю в сучасному суспільстві.

На всіх етапах свого розвитку, ЗМК широко використовуються в дискусіях з приводу становлення тих чи інших соціальних структур, розвитку

глибинних культурних течій, з їх допомогою також поширюються уявлення про спосіб життя, моделі поведінки.

З точки зору вивчення суспільної свідомості, масова комунікація - цілісне явище, що представляє собою частину людських взаємин в сучасному світі. Масова комунікація пов'язана з суспільним буттям і суспільною свідомістю. Вона пронизує такі сфери суспільної свідомості, як: ідеологія, суспільна психологія і наука, і багато в чому визначає її форми: політичні, правові, етичні, естетичні, релігійні та інші. (Федякин, 1988) Саме, завдяки ЗМК відбувається завоювання розумів і почуттів людей. Процес взаємодії масової комунікації з масовою свідомістю виглядає таким чином, що, з одного боку, масова свідомість відбивається в процесах комунікації, з іншого ж боку вона піддається постійному впливу засобів комунікації, та в значній мірі ними формується. Таким чином, ЗМК дають суспільній свідомості можливість відображати світ і творити його. При поглибленому вивченні проблеми глобальної інформатизації суспільства можна виявити, що з активнішим та ширшим використанням сучасних технологій накопичення та передачі інформації, які створюють якісно нову інформаційну сферу. Сучасні ЗМК дають можливість передавати величезні обсяги інформації багатомільйонним аудиторіям, долаючи будь-який «простір» і «час». Незмірно зросла їх відповідальність, так як, маючи реальну можливість впливати на колосальну кількість людей, ЗМК як ніколи впливають на життя суспільства.

Що ж нам дав швидкий розвиток інформаційного ринку? Сьогодні нам доступні величезні об'єми медіа-контенту, інформаційний ринок поряд з цим є джерелом рясної і актуальної інформації, що вноситься будь-якою людиною і доступною кому завгодно. Кожен, хто має доступ до глобальної мережі може заявити про свої ідеї, інтереси та вимоги перед усіма іншими. Нові технології, що розширюють можливості обробки та розуміння інформації, завжди приводили до великих змін у розвитку цивілізації. На переконання багатьох філософів і істориків, друкарський верстат привів в дію сили, завдяки яким сформувалися держави в їх сучасному вигляді.

Впродовж розвитку людської цивілізації, можна спостерігати фундаментальні культурні зрушення народжені зміною провідних типів комунікації. Канадський вчений М. Маклюєн виокремлює три ступені в розвитку комунікації. Перший етап - епоха домінування усного мовлення як засобу комунікації. Потім, після винаходу друкарського верстата І. Гутенбергом, твердження опосередкованого бачення світу і тріумф візуального сприйняття. Проте винахід Гутенберга ніщо перед різноманіттям всіх мережевих засобів комунікації і перед активним розвитком нового комп'ютеризованого світу епохи інформації. Це епоха синтезу «людини слухача» і «людини наглядача» в результаті перемоги електронних засобів комунікації. (Мак-Люєн, 2001) Саме використання техніки перетворює міжособистісне спілкування в масове. Хоч телебачення і працює з текстами, проте інформація отримується у вигляді образів. Ця обставина дозволила М. Маклюєну в книзі «Галактика Гутенберга» проголосити, що на зміну лінійному способу мислення, сталому після винаходу друкарського верстата, приходить більш глобальне сприйняття через образи медіа-ресурсів та інші електронні платформи. (Мак-Люєн, 2001) ЗМК не відомі на демографічні, ні соціальні чи національні кордони. Доречним буде згадати відомий вислів Маклюєна: «The Medium is the Message», що дослівно перекладається як: «Засіб є повідомленням». Дане висловлювання - квінтесенція Маклюєновської теорії комунікації, згідно з якою телебачення представляється як таким засобом, що здійснює вплив на систему почуттів людини не змістом інформації, а способом її передачі. (Мак-Люєн, 2001) Поза каналів поширення зміст повідомлення не розглядається. Будь-яка подія набуває суспільну важливість не сама по собі, а у зв'язку з переданими ЗМК повідомленнями про неї, з точністю, швидкістю, широтою цієї передачі. Мережеві засоби масової комунікації, перейняли цю властивість телебачення. Вони змінюють і перебудовують всі форми соціальної взаємозалежності. «Змінюється все - ви, ваша сім'я, сусіди, освіта, робота, органи влади, ваші відносини з іншими людьми, причому змінюється в драматичній формі », - пише Маклюєн. (Мак-

Люен, 2001) Сучасна людина живе не в «розділених ізольованих світах», а в «плюралізмі світів і культур» одночасно. Глобальна мережа трансформує індивідуалізм, вона нав'язує людині необхідність тотальної людської взаємозалежності. Головна думка Макклюена полягає в тому, що засоби спілкування не тільки передають інформацію, а й самі активно впливають на індивідуальну і суспільну свідомість. (Мак-Люен, 2001)

Україна все більше включається у світову мережу, тому традиційні джерела інформації долучаються до загальносвітових трендів, конкуруючи між собою за місце під «онлайн-сонцем». Глобальна мережа створює умови для формування віртуальних спільнот, генерує візуальні формати нового типу, стирає кордони між державами, стирає відстані, поєднує людей і, в кінцевому рахунку, вибудовує навколо себе специфічну форму культури.

Масова свідомість - це потенційна громадська думка, яка актуалізується в акті комунікації. Масова комунікація вплетена в інформаційний потік від людини до соціальних інститутів, і нею ж індивіди користуються для передачі громадської думки.

Сучасна людина володіє вельми обмеженим індивідуальним досвідом, але оточення постійно змінюється та вимагає від індивіда вміння орієнтуватися в багатьох процесах. ЗМК, що приходять на допомогу, надають досить точну картину світу. Наприклад, люди, які ніколи не виїжджали зі своєї країни, мають досить вірне уявлення про інші країни. Загальна картина знань отримується з величезного масиву інформації, надходить з різноманітних медіа-джерел, а «білі плями» заповнюються за рахунок уяви. Це явище називається інформованістю, яка займає особливе місце в формуванні інформаційного суспільства. Тим не менш, знання не завжди означає оцінку і думку. Тому роль ЗМК не обмежується доставкою інформації. Зміна стереотипів - конфліктний і болісний процес. Людська психіка влаштована так, що прагне уникати внутрішніх протиріч і змінюється лише під потужним впливом ззовні. (Каландаров, 1998)

Збережена в свідомості людини інформація потребує постійного оновлення, в безперервному надходженні нових даних. Чим складніші наші потреби, мінливіше середовище нас оточує, тим сильніша необхідність в поглинанні актуальної інформації. Установки, стереотипи та звички допомагають сортувати інформацію, що надходить. Але під її впливом, і самі соціальні установки змінюються. Іншими словами, всі дані, що людина сприймає з оточення, так чи інакше засвоюються. Засоби масової комунікації просувають громадську думку далі на шляху зміни соціальних стереотипів. “Шлях цей, незважаючи на загальний песимістичний фон, людство проходить дуже швидко. У моменти, коли відбувається переворот в суспільній свідомості, діти відмовляються повторювати помилки батьків, і нове покоління не сприймає перелік традиційних установок, якими керувалися старші. Зміни в суспільній свідомості, в інформаційному суспільстві заслуга ЗМК, що популяризують і доносять до масової аудиторії нові знання.” (Каландаров, 1998)

### **1.3 Особливості мережевих ЗМК, розвиток соціальних мереж, та їх місце в житті сучасної людини.**

Інтернет продовжує традиції розвитку глобальних електронних мас-медіа, причому можливості мережі вигідно відрізняються від телевізійних: інтернету не потрібні громіздкі і дорогі системи передачі сигналу. Інтернет, як і телебачення, активно використовується адміністративними органами - питома вага політичного і управлінського контенту має тенденцію до стійкого зростання. У той же час існує відмінність від інших мас-медіа в аспекті засвоєння онлайн-контенту. По-перше, щоб отримати інформацію з Інтернету, споживач повинен проявити очевидну активність, що вимагає часом серйозних інтелектуальних зусиль. По-друге, ця діяльність заснована на реалізації права вибору споживача. І це право є індивідуальним, на відміну від телевізійної інформації, яка для досягнення ефективності прагне до

максимальної масовості і стандартизації. Комунікація в мережі Інтернет відрізняється оперативністю, повідомлення інформаційних сайтів можуть миттєво тиражуватися мережевими виданнями. Як вже було сказано, традиційні ЗМІ переходять в онлайн, сьогодні всі найбільші інформагентства, радіо і ТБ-станції, газети і журнали представлені в інтернеті. Крім того, існують авторитетні мережеві видання. (Гундарин, 2009)

Структура інтернету різноманітна - від індивіда до мас, від мас до мас, від мас до індивіда. У мережі не працює традиційна схема поширення інформації: від активного суб'єкта інформатора до пасивного масового об'єкту аудиторії. Інтернет-аудиторія складається з активних спільнот, які є і відправниками, і одержувачами інформації одночасно. Ця інформація носить не масовий, але диференційований і навіть спеціалізований характер. Соціологи виявляють великий інтерес до вивчення інтернету і його можливостей. (Шапкина, 2015) Велика кількість досліджень присвячена впливу Інтернету і соціальних мереж на ціннісні орієнтації, політичні чи соціальні процеси. Особливо актуальними дослідженнями є ті, що вивчають поширення різнопланових ідей в контексті забезпечення національної безпеки.

Таким чином, інтернет стає ефективним інструментом, який надає його користувачам можливість комунікації саме з тим фрагментом реальності, який найбільш підходить їх індивідуальностям.

В лютому 2019 року, Київським Міжнародним Інститутом Соціології було проведене всеукраїнське соціологічне опитування, щодо використання українцями інформаційних джерел. У процесі дослідження шляхом опитування вивчалися думки і погляди дорослих жителів України (у віці 18 років і старше) стосовно користування засобами масової інформації, медіа грамотності населення і російської пропаганди. Враховуючи, що аналогічне дослідження проводилося в лютому 2018 року, результати даного дослідження можна розглядати в динаміці.



Центральні українські телеканали залишаються топ-джерелом для абсолютної більшості населення, але за рік стало на 12% менше респондентів, які найчастіше отримують інформацію про стан справ в Україні і світі з загальнонаціональних телеканалів (зниження з 86% до 74%). Також з 18% до 11% знизилася частка тих, хто говорить про родичів, друзів тощо. Є тенденція до зниження користування друкованими ЗМІ. Разом з цим, у випадку інтернет-ресурсів змін практично не було: якщо у лютому 2018 року 27% говорили про українські Інтернет-сайти, то зараз – 27.5%; у випадку соціальних мереж як минулого року, так і зараз 23.5% отримують інформацію з цього джерела. Якщо говорити про довіру до джерел інформації, то відносно найбільше респондентів довіряють також центральним українським телеканалам – 40%. Українським Інтернет-ЗМІ довіряють 14%, соціальним мережам – 12%, а решту джерел назвали не більше 6% респондентів. Також є тенденція до зниження частки тих, хто довіряє інформації з українських Інтернет-сайтів і соціальних мереж.

Топ-Інтернет-ЗМІ за охопленням значно поступаються топ телеканалам: відносно найбільш популярними є «Обозреватель» (8% зараховують цей сайт до топ-5, які найчастіше читають), «Кореспондент» (7.5%), «Сегодня» (7%), УНІАН (6%). Інші сайти називали не більше 4% респондентів. Серед тих українців, для яких соціальні мережі є топ-джерелом інформації, 74% користуються Facebook, ще 33.5% користуються Instagram. Для більшості активних користувачів соціальних мереж (56%) основною причиною користування ними для отримання інформації про актуальні події є зручність, оскільки багато інформації з різних джерел зібрано в одному місці. Ще 31% аргументують свою позицію тим, що інформація з'являється швидше, ніж у ЗМІ. (Київський міжнародний інститут соціології, 2019)

Щодо розвитку соціальних мереж, то дані засоби масової комунікації доволі швидко завоювали популярність. Першою соціальною мережею, яка використовувала комп'ютерну техніку, стала технологія електронної пошти ще в 1971 році. Звісно, в ті часи вона використовувалася військовими.

Пізніше, в 1988 році, фінський студент Ярро фінським студентом Ярро Ойкарінено винайшов технологію чату, яка дозволяла спілкуватися в режимі реального часу.

Згодом, після винайдення інтернету, у 1995 році Ренді Конрадом була створена Classmates.com - перша інтернет соціальна мережа в сучасному розумінні. Виявилось, що концепція масової комунікації виявилася дуже затребуваною, що стало поштовхом до бурхливого розвитку соціальних мереж в інтернеті.

В 2004 році починається епоха Facebook, який всього за кілька років стає найпопулярнішою в світі соціальною мережею. Станом на грудень 2018 року, аудиторія активних користувачів фейсбук в Україні становить 13 млн. осіб. (Семенов, 2011)

Кількість соцмереж активно росла, деякі з них отримали певну спеціалізацію чи галузеву направленість. Наприклад LinkedIn переважно використовується для пошуку роботи, особливо популярна серед працівників ІТ сфери.

Різні типи соціальних мереж стали не тільки осередком людського спілкування, вони стали майданчиком для різних проектів з різним контентом для різних цілей.

З точки зору соціології, соціальні мережі розуміються як соціальні структури, що складаються з вузлів, які пов'язані одним чи більше видами взаємозалежності. Це може бути дружба, фінансові взаємовідносини, конфлікти, торгівля, погляди, ідеї, думки, загальні цінності. Моделі соціальних мереж можуть включати в себе найрізноманітніші рівні зв'язків: від сімейних до національних і загальнолюдських. Мережа дозволила постійний інтенсивний обмін смислами, на основі чого, вирости різноманітні віртуальні спільноти. В Інтернеті соціальна мережа - це програмний сервіс, майданчик для взаємодії людей в групі або в групах. Вона пов'язує різних користувачів і інформаційні ресурси, що відповідають їх інтересам. Соціальні

мережі мають гігантський потенціал і в PR-діяльності, вони надають нові можливості інтерактивної взаємодії. (Трофименко, 2005)

Результати досліджень українського інтернет середовища свідчать, що соціальними мережами вже охоплено більше половини всіх користувачів Інтернету. Згідно з даними агенства PlusOne У віковій групі 18-24pp 2,1 млн українців користуються Facebook, це 68,28% від всіх жителів України в цій групі. У віковій групі 25-35pp 4,6 млн Facebook-користувачів, це 62,43% від всіх жителів України в цій групі. (PlusOne, 2019)

“На сьогодні мережа Інтернет перетворюється в загальновизнаний інформаційний канал, що дозволяє в режимі реального часу проводити опитування з суспільних проблем, розгортати передвиборчі кампанії, надавати повну інформацію про діяльність органів державної влади, отримувати зворотний зв'язок.” (Шапкина, 2015)

Звертаючи увагу на ставлення громадськості до мережевих інформаційних ресурсів, можна простежити наступні тенденції. Незважаючи на те, що інтернет сьогодні є загальновизнаним інформаційним каналом, в суспільній свідомості немає абсолютної довіри до нього як до джерела інформації. Зважаючи на те, що до мережевої комунікації найбільше залучена молодь, особи від 18 до 35 років, відповідно мережевий інформаційний простір має вагоміше на них впливає. Інтернет сприймається як альтернативне джерело різномірної нецензурованої інформації, як місце для спілкування, віртуальної взаємодії людей, державних та приватних структур.

Нова доба комунікації, завдяки мережі інтернет, призвела до суттєвого посилення впливу соціальних мереж на життя та побут молодшої людини. Багато хто навіть не усвідомлює до кінця масштаби цього явища, але ж соціальні мережі - це вже найпопулярніше заняття в Інтернеті.

Сьогодні присутність соціальних мереж (Facebook, Twitter, блоги тощо) достатньо відчутна в повсякденному житті, жоден сектор суспільства не зуміли залишитися осторонь. Соціальні мережі змінили спосіб спілкування один з одним, змінили способи взаємодії один з одним. Все, що ми пишемо

сьогодні, десь записано, десь зберігається, є доказ того, що ми говоримо (пишемо). Ми генеруємо величезну кількість даних щодня, ці величезні масиви інформації та швидкість, з якою ми ділимося своїми думками один з одним, також вражає. Один пост, повідомлення в блозі або твіт можуть охопити мільйони людей у всьому світі за лічені секунди. В цьому полягає революційна риса сучасних мережових ЗМК.

Організації та великі корпорації використовують це середовище як ефективні інструменти для залучення нових клієнтів. Соціальні мережі стали майданчиком для дискусій, переговорів, де фактичні дебатели або покупці та продавці не взаємодіють один з одним безпосередньо або взагалі не знають один одного. Лише кілька десятиліть тому ці речі вважалися неможливими або їх можна було побачити лише у художніх фільмах або книгах, але тепер це реальність в якій ми живемо, частиною якої ми стали.

Величезна кількість компаній використовують соціальні мережі як для комунікації зі споживачем, так для роботи. Більш того, використовуючи можливості мережевої комунікації, влаштовуються цілі революції. Соціальні мережі стали центром і джерелом комунікації та інформації в світовій павутині.

Соціальні медіа та інтернет дали нам паралельний світ, який сильно відрізняється від нашого реального світу. Цей віртуальний світ є місцем, де двоє незнайомих людей можуть взаємодіяти один з одним конфіденційно, де стосунки можуть бути сформовані або розірвані, зв'язки можуть бути розвинені, майже кожна емоція може бути розділена приватно або публічно. На мою думку, це величезні зміни, які вже мають величезний вплив (як позитивний, так і негативний) на наше особисте й соціальне життя.

Ця технологія дала нам можливість розширювати наші горизонти, ми можемо бути в контакті з людьми, які фізично далеко від нас, ми можемо спілкуватися з ними, бачити їх в реальному часі, в той же час деякі люди занадто сильно поглинаються віртуальністю. Вони навіть не усвідомлюють, що нехтують своїм реальним світом.

Це середовище також дало унікальну платформу і можливість для творчості, науки, розвитку практичних навичок. Надпотужний інструмент, який ми вільні використовувати його як завгодно, вибір є повністю нашим, ми можемо використовувати його або для того, щоб контактувати з друзями та родичами, поширити обізнаність, поширити любов, свободу, Нести послання рівності, боротьби з дискримінацією або розповсюдження ненависті, фанатизму, нерівності і т.д.

Сьогодні зі 100 найбільш відвідуваних сайтів у світі 20 - це класичні соціальні мережі і ще 60 – мають широкі можливості для комунікації.

На даний момент соціальні мережі є величезною базою даних з найрізноманітнішою інформацією про сотні мільйонів людей по всьому світу, яка до того ж непогано структурована і недостатньо захищена. Користувачі добровільно віддають інформацію про своє життя, свої інтереси мрії, навички. Ми жертвуємо конфіденційністю та недоторканістю свого життя заради комфорту та тих можливостей, що дають соціальні мережі. Інтернет ніколи не був безкоштовним, просто відбувалася зміна валюти. Замість того щоб платити гривнею кожен користувач платить інформацією про своє життя: безлімітний доступ до інформації про своє життя.

В останні роки тема загострилася тема інформаційної безпеки та приватності в соціальних мережах. В 2018 році “Компанію Cambridge Analytica звинуватили у тому, що вона втручалася у вибори по всьому світу, крадучи в соцмережах персональні дані потенційних виборців і маніпулюючи їх думкою за допомогою інформаційних технологій. Значна частина даних була отримана Cambridge Analytica від компанії Facebook.” (Соколов С. , 2018)

Пізніше стало відомо, що «Паролі значної кількості користувачів Facebook були доступні для співробітників цієї соціальної мережі і не були захищені від прочитання.» (Стець, 2019)

Витоки особистої інформації користувачів різних інтернет ресурсів стали звичним явищем. Навіть не зважаючи на це, ми добровільно віддаємо її

рекламодавцям для показу ціленаправленої (таргетованої) реклами, чи підбору потенційно цікавого контенту.

Логічно було би припустити, що більшість людей, все таки вірять в недоторканість особистого життя і цінують її. Тим не менш, дослідження показують, що кількість користувачів мережових ЗМК, як в Україні, так і у світі, по при все, зростає.

## **РОЗДІЛ 2. ФОРМУВАННЯ ОСОБИСТОСТІ ПІД ВПЛИВОМ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ.**

### **2.1 Вплив ЗМК на процеси соціалізації та особливості взаємодії молоді з засобами масової комунікації**

Акти комунікації та засоби масової інформації стали важливим соціальним інститутом сучасного суспільства, як вже було сказано. До того ж, вони є важливим компонентом практично всіх інших соціальних інститутів - економіки, політики, культури.

Револьюційна інтерактивна єдність джерела інформації з її споживачем у віртуальному просторі є знаковим показником становлення нового етапу у розвитку засобів масової комунікації. Під інтерактивністю мається на увазі - спосіб комунікації, при якому забезпечується більш активна участь людини в інформаційних процесах. Яскравим прикладом інтерактивної комунікації, звісно, є комп'ютерна мережева комунікація.

Останні дослідження українського мережевого простору показують високу залученість українців до мережевої комунікації, особливо серед молоді. В зв'язку з цим варто зазначити, що всі засоби масової комунікації в сучасному суспільстві виконують ряд важливих соціальних функцій. Зосереджуючи увагу на молодих українцях, можна впевнено заявити, що сьогодні саме мережеві засоби масової комунікації стали вагомим фактором соціалізації особистості.

Соціалізація - процес засвоєння індивідом певної системи знань, норм і культурних цінностей від народження та впродовж всього життя в різних соціальних групах та спільнотах. Навички та знання набуті в процесі соціалізації, дозволяють індивіду функціонувати в суспільстві на рівні з усіма його членами. «Соціалізація включає як процеси цілеспрямованого впливу на особистість (виховання), так і стихійні, спонтанні процеси, що впливають на її

формування.» (Кон, 1967) Розробкою теорій соціалізації займалися та внесли вагомий вклад Ч. Кулі, Дж. Мід, З. Фрейд, Ж. Піаже, Е. Еріксон, та ін.

Теорія Ч. Кулі та Дж. Міда зосереджується на формуванні людської особистості внаслідок взаємодії з соціальним середовищем. Ч. Кулі описує ефект «дзеркального Я» який з'являється з уявлень людей про те, як їх оцінюють інші, особливо близьке коло спілкування. Дж. Мід розвинув теорію Кулі. Він вважав, що розвиток особистості складається з декількох стадій. В ході соціалізації, індивід приймає на себе ролі інших людей, в результаті чого формується власне «Я».

Теорія психоаналізу З. Фрейда виділяє послідовні стадії соціалізації, що закінчуються статевою зрілістю. Рушієм особистісного розвитку є напруженість задоволенням інстинктів та існуючими обмеженнями.

Е.Еріксон вказував на те, що поряд з описаними З. Фрейдом фазами психосексуального розвитку, існують психологічні стадії розвитку людського "Я", в ході яких індивід встановлює основні орієнтири по відношенню до себе і свого соціального середовища. Згідно з теорією Еріксона, соціалізація складається з восьми стадій; перші п'ять припадають на дитинство, а останні три відповідають певним періодам в життя дорослих.

Попри розбіжності в поглядах, автори даних теорій єдині в тому, що процес входження в суспільство (соціалізація), відбувається шляхом освоєння дійсних соціальних норм, набування навичок комунікації, формування знань, думок, поглядів, переконань, світогляду в цілому, а також придбання соціального статусу і соціальних ролей. «Соціалізація (соціокультурна, професійна й інша) протікає протягом всього життя людини, проте найбільш активно в період дитинства і юності.» (Котляров, 2013) Таким чином, можна розглядати соціалізацію як процес передачі соціальних цінностей, стандартів і норм поведінки як між поколінням так і в середині нього.

Згідно з теорією соціальної комунікації культура будь-якої спільноти людей ґрунтується на культурній спадщині, тобто сукупності існуючих культурних цінностей, а також на діяльності зі створення, зберігання,



розповсюдження та освоєння культурних цінностей. Культурна діяльність, в свою чергу, складається зі створення культурних цінностей, зберігання і поширення створених цінностей а також практичне освоєння цих цінностей. (Соколов А. В., 2002)

Таким чином, соціальна комунікація між людьми відіграє важливу соціалізуючу роль. Особливістю сучасного суспільства є те, що засоби масової комунікації значно розширюють поле можливостей соціалізації індивіда в різноманітних сферах та напрямках.

У дослідженні впливу ЗМК на формування цінностей у суспільстві, важливо враховувати положення зокрема загальної теорії навчання, зокрема такі три фази проходження тих чи інших культурних зразків: наслідування, перейняття цінностей та ідентифікація. Засоби масової інформації - це технічні засоби фіксації, копіювання, тиражування, зберігання текстів, фото та відео, постійного поширення цілісного потоку інформації, адресованого масовій аудиторії, а головний критерій у вивченні масової комунікації - здатність спонукати особистість і соціальні групи включатися в діяльність всього суспільства.

Якщо раніше, в традиційних суспільствах, процес соціалізації проходив в малих соціальних групах, наприклад сім'я, друзі, коло найближчих знайомих. То в сьогоднішніх умовах становлення постіндустріального інформаційного суспільства даний процес одночасно відбувається одночасно в контексті різноманітних великих соціальних, політичних і культурних спільнот і груп. Такі можливості комунікації розширили можливості отримання соціального досвіду. Мережеві засоби масової комунікації в силу своєї специфіки виконують функцію поширення, виховання і впровадження норм, правил та моделей поведінки в життя людини. (Котляров, 2013)

Засоби масової комунікації сприяють процесу інтелектуалізації населення, зокрема розвитку концептуального сприйняття соціальної реальності. Засоби масової комунікації виконують також важливу функцію соціальної стабілізації і соціально-культурної інтеграції, включаючи

національно-культурну ідентифікацію. Інтеграційна функція засобів масової комунікації проявляється в забезпеченні цілісності суспільства чи його функціонування як цілісної системи. Кожна країна має не тільки свої національні системи соціальних комунікацій, а й свій інформаційний простір.

Не зважаючи на те, що в сучасному світі інформаційний простір став глобалізованим і перетинає політичні кордони країн, однак найчастіше національні засоби комунікації та інформації є домінуючими в інформаційному просторі держави. Важливою функцією ЗМК є їх інтегративна роль у суспільстві. Інститут засобів масової комунікації став серйозним центром підтримки соціальних зв'язків між людьми, різними частинами суспільства і одним з його системотворчих чинників. В умовах сучасності, для молоді провідну роль серед ЗМК грає інтернет. Для мільйонів молодих людей монітор комп'ютера чи екран смартфона стали основним засобом доступу до джерел інформації та пізнання навколишнього світу. Це пов'язано з тим, що, будучи частиною системи соціальних відносин, інтернет виступає в якості інструменту пропаганди, соціального регулювання, організації людей і т. д. А завдяки винятковій оперативності донесення інформації, можливостям віртуальної міжгрупової та міжособистісної комунікації, частка мережевих ЗМК продовжує зростати.

Віртуальний світ змінює тип людської свідомості, духовний світ, систему цінностей і соціальних відносин. Мережа перебудовує психофізіологічну систему людини, привчаючи її отримувати інформацію в невербальному символічному вигляді, мислення і комунікації - не в формі логічної конструкції, а візуальним образом. Збільшення обсягу інформації і швидкість її поширення підвищує залежність людини від соціуму. (Сергеев, 2009)

Експансивний характер розвитку мережевих ЗМК викликає суперечливі точки зору. На думку одних, широка інформатизація мас – є новим витком прогресу, двигуном глобалізації та формування суспільства нової епохи. Інші

бачать небезпеку інформаційних маніпуляцій та тотального електронного контролю.

Виокремлюючи питання впливу засобів масової комунікації на молодь, варто зауважити, що початковий етап життя характеризується формуванням особистості, пізнання навколишньої дійсності. Молода людина виробляє своє ставлення до тих подій та явищ, які її оточують і, відповідно, в подальшому житті будуватиме свою поведінку згідно з отриманим досвідом.

Це обумовлює необхідність осмислення впливу мережевих ЗМК на процес соціалізації молоді. Одночасно зі зменшенням впливу традиційних інститутів освіти та виховання, активно змінюються механізми передачі соціального досвіду.

Мережеві ЗМК значно впливають на засвоєння молодими людьми широкого спектру соціальних норм і ціннісних орієнтацій особистості. Це проявляється, наприклад, у формуванні матеріальних і соціальних потреб як великих соціальних груп, так і окремих індивідів. Раніше цей процес визначався тим рівнем життя або соціальним статусом, який мав індивід, таким чином, потреби відповідали або ненабагато перевищували ті життєві можливості, які були у людини. Сьогодні ж зображення ідеальної моделі життя транслюється мережевими каналами, просуваючи в маси певні норми та стандарти життя. Наприклад впровадження певного уніфікованого зовнішнього вигляду в мережі «Instagram».

Мережа замінює, або намагається замінити існуючі соціальні інститути. Прикладом подібних змін можна назвати інститут освіти. Для молоді інтернет став системою неформальної освіти, яка виконує просвітницьку роль. Молоді люди сьогодні рідко ходять в бібліотеки, так як всю інформацію для особистого користування й навчання можна легко знайти. Крім того мережі відео-хостингу пропонують величезну кількість освітнього та науково-публіцистичного контенту. Також існують спеціалізовані ресурси для самоосвіти загальної чи спеціалізованої. Очевидними проблемами таких утворень є їх безсистемність та поверхневність, інформація подається в

скороченому узагальненому вигляді. Також отримана інформація не завжди коректна, авторитетна або адекватна, адже частіше за все повідомлення робляться людьми, далекими від наукової сфери. У випадку з інтернету це дуже поширена практика, наприклад, статті в «Вікіпедії» складаються звичайними користувачами, а не фахівцями в конкретній галузі, що говорить про рівень цього ресурсу як наукового джерела. Іншим прикладом недостовірності отримуваної інформації в мережі є поширення так званих «фейків» в соціальних мережах та новинних ресурсах.

Важливою є рекреаційна роль мережевих ЗМК оскільки сучасна молода людина більшу частину свого вільного часу проводить онлайн. Відео, ігри, гортання стрічки новин допомагає відволіктися від рутини, чи просто «вбити час».

В цілому можна говорити про те, що засоби масової комунікації відіграють велику роль у формуванні людини як особистості і як члена суспільства. Згідно з теорією соціального навчання, одержувачі інформації ЗМК сприймають символічні репрезентації поведінки як основу для побудови своєї власної поведінки. При цьому аудиторія не потребує ні підкріплення, ні в заохочення, щоб вести себе за запропонованою поведінковою моделлю, яку вона ефективно переймає. Відбувається навчання через спостереження - індивіди засвоюють нові моделі поведінки та ціннісні орієнтири, які представляють ЗМК.

Ще одна теорія, яка досить повно розглядає значення засобів масової комунікації в процесах соціалізації - теорія культивування, або культивування, яка була розроблена Джорджем Гербнером. Згідно з його уявленням, постійний перегляд телеповідомлень, по-перше, призводить до виробленню в аудиторії спотворених уявлень про соціальну реальність. Повторювані моделі виготовлених поточним методом телевізійних повідомлень і образів формують потік символів, котрі культивують найбільш поширені уявлення про реальність. По-друге, телебачення, впливаючи на свідомість аудиторії,

формує в ній різні соціальні ролі і цінності, тобто важливою функцією телебачення є впровадження культурних моделей. (Gerbner, 1998)

Дж. Гербнер вивчав вплив телебачення на аудиторію, так як вважав, що це єдиний в історії ЗМК, з яким людина взаємодіє практично все життя, починаючи з дитинства і закінчуючи старістю. Справедливо припустити, що результати представлені в теорії культивування, можна поширити для будь-якого ЗМК, з яким людина взаємодіє досить багато часу.

На даний час інтернет як засіб комунікації відсуває телебачення на другий план, тому що дає більше можливостей для інтерактивності. Для багатьох молодих людей саме Інтернет стає основним джерелом інформації. Тому можна говорити про те, що мережа так само, як і телебачення, культивує установки для аудиторії. Таким чином, засоби масової комунікації є одним з найважливіших факторів соціалізації, формуючи соціальні норми і цінності аудиторії. У зв'язку з цим необхідно зрозуміти, яким чином мережеві ЗМК впливають на сучасну українську молодь.

Для початку необхідно визначити що ми розуміємо під терміном «молодь». Існують різні варіанти визначення даного поняття, що включають розуміння «молоді» як великої соціально-демографічної групи, яка проходить стадію соціалізації, формування ціннісних орієнтацій, що характеризується властивими їй психо-фізіологічними особливостями і «примірною» різних соціальних ролей. Сучасні умови життя впливають на ціннісні і моральні орієнтири молоді в залежності від безлічі факторів. Молоді люди представляють собою прихований ресурс і головний агент соціальних змін, що відбуваються в країні.

У соціологічній науці, дослідники розробили кілька методологічних підходів до вивчення цієї соціальної групи, серед яких основними можна назвати функціональний підхід Т. Парсонса і теорію конфліктів М. Міда.

Сьогодні молодь як соціальна група посилено вивчається, адже в період соціально-економічних змін, що відбуваються в суспільстві, ця соціальна група стає найбільш динамічною, мобільною та активною, що

характеризується швидкою адаптацією до мінливих вимог в суспільстві. Також молоді люди, разом з накопиченням знань, практичних навичок і досвіду попередніх поколінь, здійснюють інноваційну функцію, перетворюючи ці знання і вміння та вносячи щось нове.

Відмінною особливістю саме сучасної молоді є той факт, що її первинна соціалізація проходила, здебільшого, в умовах незатребуваності соціального досвіду старшого покоління, накопиченого в умовах іншої, вже не існуючої системи соціально-економічних відносин. Ця обставина робить засоби масової комунікації одним з основних агентів соціалізації сучасної молоді. Дані обставини стали основою для поширення культурних цінностей так званого «західного типу», який характеризується плюралізмом, глобалізаційними тенденціями, конс'юмеризмом.

Значення засобів масової комунікації в процесі соціалізації молоді посилювалося в міру прогресуючої інформатизації суспільства, а молоді люди, відповідно, більше орієнтувалися на отримання інформації із ЗМК (сьогодні головним чином з Інтернету).

## **2.2 Особливості самореалізації молоді та характеристика цінностей, що несе глобальна мережа.**

Іншим фактором впливу мережевих ЗМК на формування ціннісних орієнтирів є тенденція перетворення ЗМК в сферу самореалізації молодої людини. У сфері інтернету - це, безсумнівно, блоги, форуми, сторінки в соціальних мережах, викладка інформації (відео, фото, графіка, малюнки і т.д.), наприклад, на «YouTube» .

Розглядаючи докладніше питання самореалізації, можна відзначити, що воно стало одним з найбільш гострих для сучасної молодої людини. Тим не менш, задоволення цієї потреби для різних країн і в різні часи маси досить сильні змістовні відмінності. Відмінною рисою сучасності стала мережа інтернет, де реалізується цілий спектр цілей, цінностей, і видів діяльності.

Інтернет формує світорозуміння та ставлення до дійсності, з яких слідують відповідні моделі поведінки. Тому природнім є зростання запиту на можливості самореалізації в мережі.

Під самореалізацією мається на увазі використання власного потенціалу через певну діяльність, співпрацю та комунікацію з оточуючими людьми. Поняття самореалізації виражає як мету, так і кінцевий результат. На ряду з цим до самореалізації також включають особистісний розвиток, самовираження, самоідентифікація, стратегія та сенс життя. На думку американського соціолога А. Маслоу центральним вектором розвитку особистості виступає прагнення людини до самоактуалізації, тобто прагнення до самовираження і самовдосконалення, що є вершиною піраміди людських потреб.

Сьогодні людина стикається не тільки з підвищеними вимогами, а й має більшу свободу і більший вибір життєвих шляхів та стратегій, в тому числі, з можливістю повніше пізнати себе, максимально реалізовувати свій потенціал. Інтернет простір забезпечує достатньо широкі можливості для прояву себе: різні види і форми комунікативної взаємодії; необмежене число потенційних знайомств; можливість заявити про себе масам; анонімність; можливість перервати незручний контакт. Безумовно, особливу цінність складає можливість експериментального формування власної особистості, можливість пошуку чи «примірки» на себе рис характеру, образів, ролей, способів поведінки та спілкування. Існуючі дослідження цього питання вказують на те, інтернет став простором самореалізації в першу чергу через широкі комунікаційні та рекреаційні можливості . (Водянова, 2009)

Крім того, дослідниками наводиться класифікація форм самореалізації, ці форми самоствердження можливі і в мережі. Розглянемо докладніше ті, які найбільш часто обираються молоддю:

1) статусне самоствердження, тобто самоствердження через досягнення певного статусу, положення в суспільстві. У вузьких мережевих

комунікаційних групах це може бути затвердження свого статусу на рівні з іншими учасниками групи, чи за рахунок їх приниження;

2) пошукове самоствердження, суть якого полягає в безперервному пошуку і зміні різних видів діяльності, часта зміна професій, захоплень, друзів, інтересів. Можливість вибирати, змінювати і проходити численні навчальні курси; ігри, чати, віртуальні виставки і музеї, перегляд фільмів, вистав, Мережеві ЗМК забезпечують можливість пошуку варіантів захоплень та потягів;

3) самоствердження як самоціль, іншими словами бажання постійно привертати до себе увагу. Мережа надає можливості для такого виду самореалізації, а також механізми її заохочення.

4) самоствердження через престиж, тобто підвищення власної значимості через придбання престижних, модних речей (автомобілів, техніки, картин) та виставлення їх напоказ. Створення певного іміджу, реальні основи якого в мережі перевірити дуже складно, а, отже, таке самоствердження може бути абсолютно не затратним в фінансовому плані, в порівнянні зі створенням престижу в реальному світі.;

6) самоствердження за рахунок залучення до джерел інформації, тобто формування вузьких інтелектуальних еліт;

7) самоствердження через творчість, де максимально розкриваються потенціал і здатності людини. Інтернет містить велику кількість ресурсів, на яких можна навчитися не тільки створювати персональні сторінки, художні вироби, знімати кліпи чи навіть фільми, а й представити результати своєї творчості, влаштувавши цілі віртуальні експозиції. Творчий потенціал реалізується також за рахунок створення своєї віртуальної особистості або ігрового персонажа і в спілкуванні з іншими користувачами.

Розрізняють два способи самореалізації - вертикальну і горизонтальну. Вертикальна самореалізація проявляється в прагненні до влади, досягненню успіху, грошей, задоволень. Горизонтальна самореалізація пов'язана з широтою поглядів, допитливістю, супроводжується прагненням до рівності і



прийняттям інших культур. (Лебедева & Татарко, 2007) Інтернет забезпечує можливість як горизонтальної самореалізації, так і вертикальної, адже призначений не лише для задоволення потреб в пізнанні та спілкуванні, але став економічним та розважальним простором.

Самореалізація проходить більш успішно і повноцінно в тому випадку, коли людина включена в достатню кількість соціальних зв'язків, тому особливе значення має міжособистісна комунікація. З одного боку, спілкування з іншими людьми дає можливість знайти нові цілі та цінності, а, з іншого, відбувається трансляція власного накопиченого знання, досвіду. Таким чином, відбувається злиття двох аспектів самореалізації - творчості та комунікації.

Самореалізація в інтернеті, дозволяє людині бути різною, динамічним, швидко реагувати на зміни навколишнього світу, перебувати в постійному пошуку і набувати нових навичок.

Звертаючись до поняття цінностей в глобальній мережі, варто згадати, що за роки свого існування мережеві засоби масової комунікації, та й весь інтернет-простір в цілому, встигли пройти кілька якісно відмінних один від одного етапів. В ході розвитку інтернет ставав більш відкритим та доступним, відповідно залучаючи все більше користувачів. З розширенням масової комунікації в мережі почали формуватися певні внутрішні соціальні конструкти – «кіберкультура», «нетикет». Розглядаючи феномен цінностей в мережі (віртуальних цінностей), можна сказати, що вони відображають ціннісну структуру свідомості користувачів віртуального середовища. (Мартьянов Д. С., Виртуальные ценности: структура, динамика, противоречия, 2015)

Віртуальні цінності представляють собою не просто екстрапольовані в мережі традиційні цінності, а нові (альтернативні) цінності, що породжуються специфікою взаємодії у віртуальному середовищі. Вони нематеріальні, ґрунтуються на мережевій етиці, кіберкультурі і віртуальних ідеологіях. (Мартьянов Д. С., 2013)

“Тим не менш для світової мережі є характерними не тільки віртуальні нематеріальні цінності. Інтернет став середовищем, де з'явився новий вид цінностей – віртуальні, або псевдоматеріальні. Це нематеріальні речі, які існують лише в байтах та використовуються тільки у віртуальному середовищі.” (Цыганков, 2012)

Аналіз віртуальних цінностей необхідно проводити відповідно до теорій постматеріалістичних цінностей. Рональд Інглхарт в своїй роботі «Постмодерн: мінливі цінності і мінливі суспільства» Відмітив, що у людей, які живуть в постіндустріальному суспільстві, суспільстві постмодерну, на перший план висуваються можливості більшої участі в рішеннях уряду, захист свободи слова, прийняті рішення на роботі і за місцем проживання, бажання зробити покращити свій побут, прагнення до суспільства, де ідеї означають більше, ніж гроші. Таким чином, постматеріальними можна вважати такі цінності, як життєва мудрість, рівність, внутрішня гармонія, почуття власної гідності, екологічна безпека, комфортне життя, визнання, повага, повноцінна любов, надійна сім'я, дружба, щастя, задоволення, свобода, порятунок душі, краса, мир у всьому світі. Після того, як людина перестає замислюватися про те, як прокормити себе, для неї на перший план висуваються потреби постматеріальні, тобто потреби у визнанні, самоствердженні, лідерства, в самовираженні, творчому використанні своїх навичок, здібностей і умінь, в естетичному задоволенні і т.д. (Інглхарт, 1997)

Інтернет - це в першу чергу комунікаційна структура, а отже, інформація і спілкування повинні виступають в якості найважливіших цінностей інформаційного суспільства в цілому і глобального інтернет-співтовариства зокрема. Крім того, глобальна мережа включає безліч рівнів, в тому числі і рівень глобальної інтернет-спільноти, і рівень віртуальних спільнот.

Засновник теорії основних людських цінностей Шалом Х. Шварц звернув увагу на такі актуальні в мережі цінності, як безпека, гедонізм, універсалізм і досягнення.

Проблема безпеки в Інтернеті впирається в проблему анонімності чи хоча би конфіденційності. З одного боку, анонімність виступає гарантом безпеки для користувачів мережі. З іншого боку, в останні роки стало помітним розуміння загрози «анонімності», яка походить від анонімних співрозмовників. (Шварц, 2008)

Наступним, що виділяють як одну з основних цінностей мережі – це гедонізм. Гедонізм пронизує майже всі сфери інтернет-комунікацій. Однак слід зауважити, що поступово ця сфера все більш монетизується. З нематеріальної сфери ця цінність послідовно переходить в бік сфери обміну, отримання матеріальної вигоди.

Щодо універсалізму, то логічно припустити, що особливості масово комунікації, призвели до того, що індивіди, які постійно між собою комунікують, переймають один в одного основні ціннісні орієнтири. Як наслідок – плюралізм думок та універсальні моральні принципи.

Р. Брубейкер зазначає, що в сучасному світі важливу роль набуває «Влада іменувати, ідентифікувати, категоризувати і встановлювати, що є що і хто є хто ». (Brubaker, 2004) Соціальні мережі стали ідеальною платформою де реалізуються ці принципи, оскільки вони вимагають від користувачів ідентифікації з цілої низки заданих критеріїв. До того ж, як правило, небажання ідентифікувати себе з якого-небудь з них не вітається. Соціальні мережі стають уособленням нової «видимої» влади в інтернеті. Вони беруть на себе роль перших глобальних «ідентифікаторів» глобальної мережі, оскільки раніше ідентифікації носили або локальний характер, або зводилися до мінімуму критеріїв, в основі яких знову-таки могли лежати не реальні факти, а результат творчої віртуальної ідентифікації. В останньому полягає відмінність соціальних мереж від віртуальних світів, які часто вимагали від користувача не ідентифікації, а самопрезентації.

### **РОЗДІЛ 3. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ МЕТОДОМ ФОКУС-ГРУПИ ДЛЯ З'ЯСУВАННЯ ВПЛИВУ МЕРЕЖЕВИХ ЗМК НА ФОРМУВАННЯ ЦІННІСНИХ ОРІЄНТИРІВ УКРАЇНСЬКОЇ МОЛОДІ**

#### **3.1 Розробка дослідження**

Згідно з теоритичними положеннями про комунікацію, засоби масової комунікації є сьогодні найважливішим фактором соціалізації сучасної молоді. Вони стали простором, де молода людина засвоює соціальні норми та отримує соціальний досвід, і в той же час, у процесі входження в соціальне середовище, сама активно відтворює систему соціальних зв'язків. Таким чином, перед нами постає задача сформувати уявлення про вплив мережеских засобів масової комунікації на формування цінностей сучасної молоді в Україні.

Для отримання емпіричних даних, необхідно провести якісне соціологічне дослідження методом фокус-груп.

Проблема: відсутність інформації щодо місця мережеских ЗМК у формуванні цінностей молоді.

Об'єкт: молодь віком від 18 до 25 років.

Предмет: вплив мережеских ЗМК на процеси соціалізації, виховання, формування світогляду.

Мета: отримати від молодих людей інформацію, щодо їх залученості до мережеского інформаційного поля, а також їх оцінка впливу світової мережі.

Завдання:

- Дізнатися якими мережескими ресурсами користується молодь, та скільки часу проводить «онлайн» в контексті місця мережеских ЗМК в житті молодої людини.
- Дізнатися що означає поняття «цінності» для сучасної молоді?

- Визначити, які фактори, на думку молодих людей, формують світогляд людини, а також яке місце спілкування в формуванні світогляду.
- Дізнатися, яке місце посідає мережева комунікація у системі цінностей сучасної української молоді?
- Дізнатися думку молодих людей щодо нав'язування моделей поведінки в мережі, поняття моралі в інтернеті.
- Визначити наскільки важливим для сучасної молоді є постійна залученість до мережевої комунікації?
- Оцінити місце комунікації в віртуальному просторі мережевих ігор.
- Дізнатися як українська молодь оцінює вплив мережевих ЗМК на виховання, соціалізацію, культуру.
- Визначити фактори високої залученості української молоді до користування мережевими ЗМК.
- Оцінити вплив мережевих ЗМК на формування світоглядної позиції та моральних установок української молоді.
- Дізнатися з яких мережевих джерел молодь отримує інформацію про події в Україні та світі.
- Дізнатися думку молоді щодо місця неправдивих новин в українському інформаційному полі, а також спроможність молодих людей відрізнити неправдиві новини.
- Дізнатися що розуміється молоддю під поняттям самореалізації, та можливості самореалізації в мережі.
- Порівняти вплив мережевих ЗМК на формування цінностей у молоді зі старшим та молодшим поколінням.

Місце проведення: Антикафе «Campus», вул. Борщагівська, 128.

Тривалість: 1 година 30 хвилин.

Кількість респондентів: 8

Допоміжні матеріали: таблички для позначення імені і прізвища учасників фокус-групового дослідження, маркери для позначення учасниками фокус-групи його імені на табличці.

Гіпотези щодо результатів дослідження:

- Молоді люди, в основному, користуються соціальними мережами, де проводять багато часу за спілкуванням, розвагами. Також деякі молоді люди помічали, що проводять забагато часу в соцмережах.
- Щодо визначення поняття «цінності», серед молоді немає єдиної думки, тим не менш, учасники відзначають великий вплив комунікації на формування світоглядної позиції та цінностей.
- Засобами мережі можливе нав'язування певної моделі поведінки, а також відзначається негативне місце інтернету у формуванні моралі.
- Молодь дає вагому оцінку щодо місця мережевих ЗМК у своєму житті у зв'язку з високою залученістю до користування ними.
- Молоді люди високо оцінюють вагу спілкування у віртуальному просторі, мережевих засобах дозвілля.
- Здебільшого молодь користується соціальними мережами та відеоресурсами для отримання актуальної інформації про події у світі, а також не здатна оцінити правдивість інформації, що отримує з цих джерел.
- На думку молодих людей, інформаційний простір, в якому живуть люди безперечно впливає на настрої, моральні та ціннісні орієнтири в суспільстві.
- Молодь відзначає вагоме місце мережевих ЗМК у вихованні, процесах соціалізації, причиною чого, є висока залученість до користування цими засобами, що спричинює формування кола спілкування в мережі.
- Поняття самореалізації дуже хвилює українську молодь, багато хто, відзначає, що в сучасних умовах існує багато можливостей для реалізації особистості як в мережевому просторі, так і з його допомогою.

- Порівнюючи зі старшим поколінням, молодь відзначає, що мережеві ЗМК відіграють для них значно більшу роль в повсякденному житті, що зумовлено більш ранньою залученістю до користування ними.
- Порівнюючи з молодшим поколінням, молодь відзначає, що мережеві ЗМК набагато більше впливають на дітей, які більше та якісніше залучені до мережевого спілкування.

Інтерпретація основних понять:

Засоби масової комунікації (ЗМК) – це канали та засоби передачі інформаційних повідомлень на великі території та маси.

Мережеві ЗМК – канали інформації в мережі Інтернет, де відбувається безперервна комунікація між індивідами. Простір, де кожен індивід може створювати і споживати інформацію. Приклад мережевих ЗМК – соціальні мережі.

Мережевий віртуальний простір – вигаданий, уявний простір, який, не присутній в цей час у реальному світі, створений і здатний існувати лише за допомогою технічних засобів.

Спілкування – це процес передачі та сприймання повідомлень за допомогою вербальних і невербальних засобів, спілкування являє собою обмін інформацією, її сприйняття й пізнання, а також вплив один на одного і взаємодією щодо досягнення змін у діяльності.

Ціннісні орієнтири – носії цінності до яких в суспільстві формується вибіркова орієнтація, може виступати реальним предметом задоволення потреб окремої людини чи соціальної спільності.

Соціалізація – процес входження індивіду до соціуму, засвоєння й активного відтворення соціально-культурного досвіду (знань, цінностей, норм, моралі, традицій тощо) на основі її діяльності. Соціалізація є обов'язковим фактором розвитку особистості

Самореалізація – реалізація потенціалу особистості, розвиток особистісних навичок.

Інформаційне поле – світ інформації навколо людини, середовище інформаційної взаємодії.

Медіаполітика – це процес, у результаті якого відбувається вплив на ЗМІ з метою керування інформаційним середовищем.

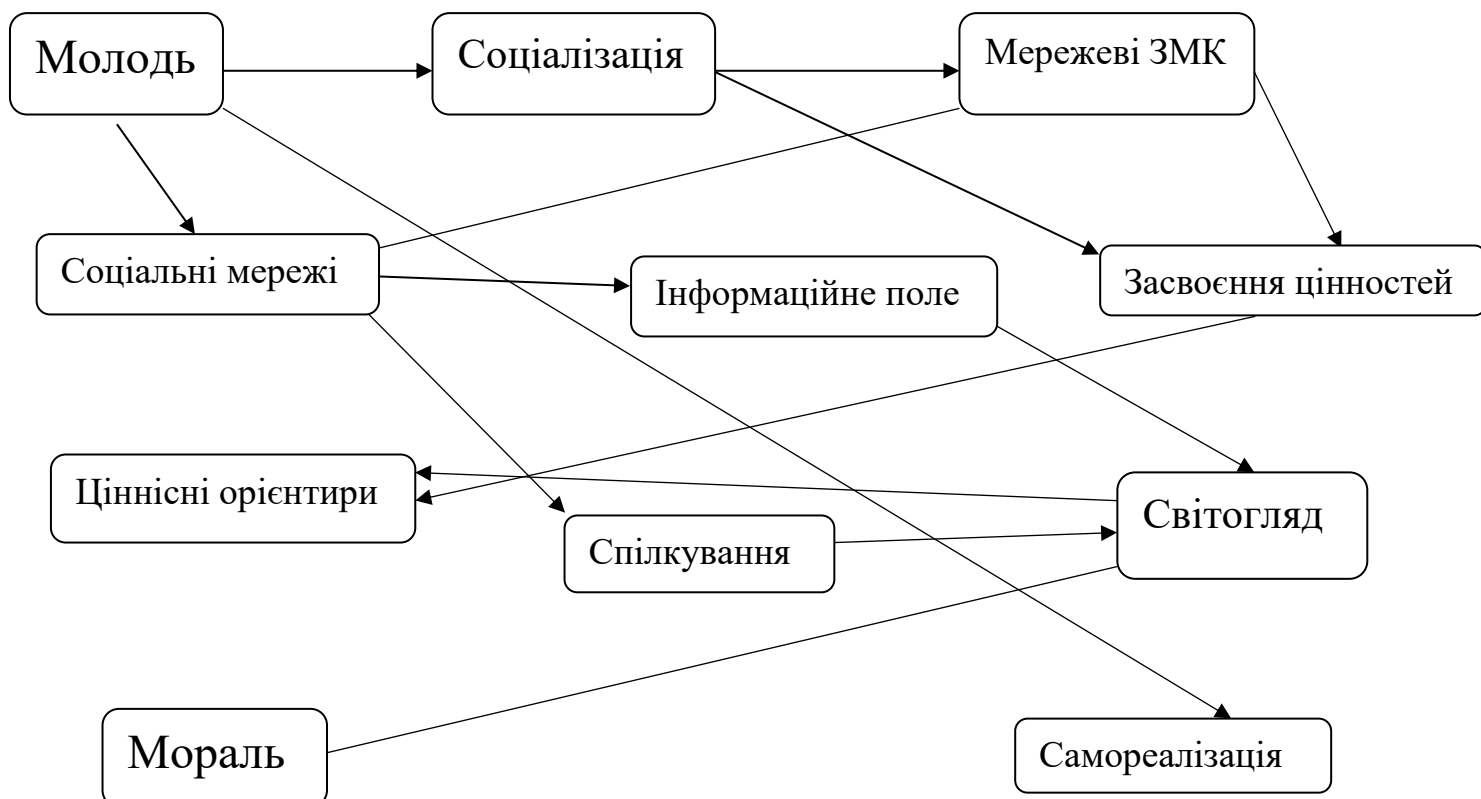
Соціальні мережі – веб-сайт або інша служба в мережі, яка дозволяє створювати публічну, чи напівпублічну анкету, спілкуватися з іншими користувачами.

Молодь – соціально-демографічна група, відокремлена на основі сукупності.

Мораль – загальноприйняті в суспільстві уявлення, щодо понять «добро» та «зло», а також загальноприйняті норми поведінки в суспільстві.

Світогляд – сукупність переконань, принципів та поглядів, які визначають бачення та розуміння світу і місце особистості у ньому. Світогляд людини зумовлений особливостями суспільного буття та соціальними умовами.

Операціоналізація основних понять:





### 3.2 Результати проведеного дослідження та формування висновків

Згідно з поставленими завдання дослідження, можна виокремити наступне:

- Серед мережевих ресурсів, якими користується молодь, на першому місці соцмережі: Інстаграм та Фейсбук. А також Телеграм для спілкування.

Олександр: *«Прежде всего наверное Инстаграм потому, что там друзья, общение в директе, там можно и новости посмотреть, кто чем занимается в сторис. То есть в первую очередь соцсети, Фейсбук тоже, но он больше для ленты новостей. Если брать обычный интернет сёрфинг, то он занимает наименьшую долю и то, в основном если нужно что-то найти»*

Ірина: *«Лично я пользуюсь Телеграмом для общения с моими друзьями и знакомыми, а вот Фейсбук больше для работы я работаю smt-щиком, то есть моя работа заключена в Фейсбуке.»*

Марія: *«Вот у меня тоже в основном Инстаграм и Телеграм опять-таки для общения. Иногда какие-то новостные сайты, если что-то попадает, то тоже захожу смотрю.»*

- Крім того, молоді люди доволі багато часу проводять онлайн

Дмитро: *«Да вот постоянно (онлайн), если мне кто-то сейчас напишет то я сразу увижу и напишу ответ»*

Вікторія: *«Если имеется ввиду сколько я вообще залипаю в интернете то это где-то часов 3 в день.»*

Ірина: *«У меня с работа связана с интернетом, так что провожу от 6 до 10 часов постоянно в интернете. В Фейсбуке прежде всего.»*

Олександр: *«Достаточно много времени потому, что вся современная жизнь построена на том чтобы взаимодействовать с интернетом, то есть если мне что-то нужно узнать, спросить, то я лучше зайду в google. Или если уже*

*кому-то нужно написать или что-то сообщить я опять-таки буду пользоваться интернетом»*

- Порівнюючи спілкування у віртуальному та реальному середовищі, молоді люди відзначають, що таке спілкування, не є окремою категорією, а продовженням спілкування в реальності.

Дмитро: *«Общение в интернете такая же часть общения в реальной жизни. Одно не исключает другое.»*

Катерина: *«Наверное, если мы говорим об общении с многими разными людьми, то с большей массой людей я общаюсь онлайн. А если в компании, в живую, то конечно, это меньшее количество людей но частота общения где-то такая же.»*

Єгор: *«Я постоянно общаюсь в сети и также общаюсь в живую.»*

Марія: *«Для меня, если посчитать, то онлайн я общаюсь больше и с большим количеством людей, чем в реальности, и если в реале это просто друзья с которыми приятно час где-то посидеть, пообщаться, то в сети я могу посмотреть фоточки друзей, комментировать посты или переписку вести. И сам процесс общения намного проще.»*

Єгор: *«Во-первых общение посредством интернета это удобнее и намного быстрее»*

Ірина: *«...если ты общаешься с незнакомым человеком в интернете, вот я лично по опыту работы, то тебе может быть абсолютно всё равно кто этот человек, что он себя представляет, тем более если ты ему просто предлагаешь какие это услуги или отвечаешь на его вопрос, а в живую такого отношения нет.»*

- Оцінюючи місце глобальної мережі в своєму житті, молоді люди називають інтернет великим майданчиком для спілкування та дозвілля.

Олександр: *«Для меня Интернет это площадка для коммуникаций с окружающим миром, с окружающей средой»*

Ірина: *«Для меня Интернет это работа в том числе, не только общение. «*

Вікторія: *«Для меня интернет - средство как провести досуг, средство для поиска информации и общения.»*

- Визначаючи поняття «цінності», респонденти зв'язують його з поняттями «принципи» та «світогляд». Також цінності називають основою характеру особистості.

Єгор: *«Я считаю, что ценности это как принципы, то есть какая-то основа для человеческого характера»*

Марія: *«...ценности - результат нашего воспитания, то есть то, что в нас вложили родители или наше окружение. Это то чем мы живем.»*

Дмитро: *«Ценности это как личность, точнее часть твоей личности, я бы сказал, что принципы и ценности, по сути, одно и то же потому, что наши ценности это часть нашей личности.»*

- Серед факторів, що впливають на формування світогляду, молоді люди називають спілкування як основу.

Олександр: *«Наверное, если мы говорим о формировании ценностей, в первую очередь играет роль наше воспитание. Наши родители. Они нам прививают какие-то ценности, а во-вторых это наше окружение и если мы говорим об окружении то тогда наш круг общения тоже как-то влияет на ценности.»*

Ірина: *«Скорее всего само общение не формирует ценности. Формируют те, с кем ты общаешься, то есть тот опыт общения которые ты получаешь, он влияет на всю жизнь, на то какой у тебя характер, какое у тебя воспитание, какой кругозор формируется.»*

Вікторія: «...для того, чтобы личность нормально сформировалась человек должен общаться, без общения человек не может сформироваться как личность. И только благодаря тому, что мы социальные существа, только благодаря тому, что мы как-то вот взаимодействием с другими людьми мы развиваемся сами.»

Марія: «...если мы говорим о межличностном общении, внутри нашего круга общения, то это тоже влияет на формирование человека, на формирование ценностей.»

Єгор: «Точно также наверное, наш круг общения влияет на наши ценности.»

- Респонденти висловилися, що проводять багато часу онлайн, адже інтернет спілкування частина їх життя.

Наталя: «...я просто провожу много времени общаясь или что-то смотрю на Ютубе, но это не проблема, которая мешала бы мне жить.»

Владислав: «Если мы говорим какой-нибудь интернет-зависимости, то наверное мы все тут немножко зависимы потому, что никто не может просто так взять и отказаться от интернета или от общение в соцсетях.»

Ірина: «Вообще не смогу (жители без интернету). Моя работа, общение в интернете, так что не вижу смысла отказываться»

Вікторія: «Я денек проживу (без интернету), не знаю даже, будет сложно, особенно если буду знать что мне кто-то написал.»

- Крім того, деякі молоді люди помічають, що проводять забагато часу в мережі.

Вікторія: «Я заметила что очень долго и часто листаю ленту в Инстаграме. Просто очень долго залипаю. Потом даже поставила специальное приложение, которая ограничивает время в Инсте.»

Наталя: *«Я замечала, что слишком много времени провожу. Но не считаю, что это прям проблема, которую нужно решать.»*

Наталя: *«...я просто провожу много времени общаясь или что-то смотрю на Ютубе, но это не проблема, которая мешала бы мне жить.»*

Вікторія: *«...бесконечное листание ленты Инстаграма это, наверное, в первую очередь для того, чтобы убить время. Человек хочет чем-нибудь занять свой мозг и поэтому листает ленту.»*

- Оцінюючи місце комунікації у віртуальному просторі мережевих ігор, респонденти вказують на можливість розвивати власну історію, взаємодіяти з іншими заради досягнення спільних цілей.

Егор: *«...если сравнивается мультиплеер с обычной игрой с прохождением, то в мультиплеере у тебя нет линейного прохождения. Ты сам делаешь свою историю, ты развиваешься ты там чего-то достигаешь.»*

Дмитро: *«...там ты взаимодействуешь с людьми. В обычной игре ты просто идешь по написанному сценарию, и это тоже интересно, но опять-таки суть мультиплеера как раз во взаимодействии с другими людьми.»*

Владислав: *«В онлайн ты играешь вместе с огромной кучей людей, само собой взаимодействуешь с ними. Даже если ты хочешь побегать соло, у тебя не получится, потому что придется с кем-нибудь кооперироваться. Мультиплеер – это игровой мир, где ты общаешься с другими, вы прокачиваетесь вместе, ходите в данжи и тому подобное.»*

Ірина: *«Я слышала кто-то так даже семьи находил (в онлайн іграх)»*

Владислав: *«У меня есть знакомый, мы с ним вместе играем, так вот у него уже семья, дети, и они всей семьей играют и развивают одного персонажа. Даже не понимаю как это.»*

Єгор: *«Игры сейчас стали не просто развлекаловкой для детей, есть те же турниры с большими призовыми фондами.»*

Вікторія: *«...есть же и друзья по играм. Ты можешь никогда не видеть человека вживую, только играть с ним, и тем не менее называть его другом.»*

Олександр: *«Все же, мультиплеерные игры построены на коммуникации, это же очевидно, в этом вся суть. Не удивительно, что люди находят друзей или любимых в той среде.»*

- Респонденти оцінили вагомий вплив мережевих ЗМК на виховання, соціалізацію, культуру.

Вікторія: *«Если мы говорим о детях, то ребёнок привыкает общаться со своими сверстниками или даже с родителями онлайн, даже если раньше дети играли во дворе, то сейчас телефоны и компьютеры»*

Єгор: *«Так в этом же и вся суть, если они (дети) больше пользуются интернетом, значит он больше на них влияет. Дети как губки они всё что видят, сразу впитывают.»*

Ірина: *«Кстати, если взять тех же ютуберов, которых дети смотрят, они же имеют определенное влияние на них имеют. Даже не факт, что хорошее. Я без понятия даже чем сейчас дети интересуются. Но влияние того же Ютуба очевидно.»*

Єгор: *«Если говорить о молодёжи, то у нас есть больше простора для общения и больше возможностей для общения. Появились новые девайсы и досуг, и общение сильно изменились. Мы же даже на мир смотрим абсолютно по-другому. И само-собой развитие технологий очень на это повлияло.»*

Владислав: *«...вещи которые формируют личность изменились. Круг общения очень сильно расширился и соответственно человек черпает информацию с*

*большого количества источников и формирует свою личность под влиянием большего количества факторов.»*

- Варто зазначити, що молоді люди вказують на вплив мережевих ЗМК на формування певних моделей поведінки. Зауважують, що популярні люди, так звані «інфлюенсори» стали новими кумирами, та можуть просувати певні настрої в маси.

Марія: *«...особенно этому подвержены дети потому что они ещё не могут оценить здраво что правильно, а что нет. Увидели как делают трюки на видео и сами пошли прыгать с моста.»*

Ірина: *«Вот думаю любое окружение учит не нормального поведения, такое было всегда, даже до интернета. Хотя разница в том, что в интернете такое поведение может поощряться.»*

Дмитро: *«Если так подумать, то любой, по средствам того же Ютуб может заявить о себе. Какой-то руфер снимает как он лезет на крышу поезда, и другими это воспринимается как что-то очень офигенное. И некоторые могут начать повторять.»*

Вікторія: *«Это не столько пример плохого влияния, сколько желание популярности. Если мы говорим о том, что в нете много насилия и секса, и молодежь или дети имеют к этому доступ, то само собой это имеет плохое влияние. Но я считаю, родители в первую очередь должны оградить своего ребенка от подобного до определенного возраста. Создать что-то вроде безопасной информационной среды, тот же родительский контроль.»*

Єгор: *«...могу сказать, что дети, да и не только, могут подражать своим кумирам в инете. Даже если их поведение не является, как это, общественно приемлемым.»*

Владислав: *«...если говорить, о том, что интернет навязывает какое-либо поведение, то это скорее огромная площадка с огромным количеством*

информационных ресурсов. Есть же сайты, где тебе расскажут, как сделать бомбу или сварить мет или как вскрыть замок. Проблема в том, что подобное очень доступно для любого человека.»

Олександр: «Ну как, это люди (інфлюесори) которые собирают многотысячную аудиторию фолловеров. И само собой мнение такого человека или его творчество важно для подписчиков и имеет на них влияние. Этот человек может являться авторитетом для в определенных вопросах.»

Ірина: «Даже если посмотреть на кумиров в реальной жизни, они же имеют влияние на свою аудиторию. А в сети у тех, кого уже считают инфлюенсором больше пары сотен тысяч подписчиков, которые постоянно следят за жизнью человека. И все имеют моментальный доступ к тому контенту, который они выкладывают. Это те же знаменитости, их так же используют для рекламы.»

Вікторія: «По-моему, все эти интернет иконы, если их так можно назвать, они показывают в первую очередь пример какого-то поведения. Они показывают как добиваться успеха как себя представлять, как быть популярным, богатым и тому подобное. Соответственно увлеченные люди будут подражать своей иконе.»

Вікторія: «...они показывают на собственном примере и собственной жизнью как может быть если вести себя определенным образом. Я имею в виду что они становятся каким-нибудь примером и дают определенные модели поведения.»

- Щодо інформатизації української молоді, учасники дослідження відзначають, що переважно користуються соціальними мережами для отримання актуальної інформації про події в Україні та світі.

Олександр: «Иногда я читаю специализированные сайты новостные, также подписан на паблики новостные в фейсбуке. Я особо не ищу новости, смотрю,



*то, что есть в предложках. Можно даже сказать, что не я ищу новость, а новость находит меня.»*

*Ірина: «Я подписана на новостные каналы YouTube, точнее я смотрю обзоры на события. Даже то же сарафанное радио, кто-то мне что-то сказал или скинул, к тому же в ленте в Фейсбуке постоянно смотрю новости.»*

*Дмитро: «У меня для новостей тоже есть Фейсбук, хотя я редко захожу, но подписан на разные паблики, просто захожу иногда ленту полистать. Или тот же Ютуб.»*

*Вікторія: «Для меня все новости в Инстаграме, хоть я и не слежу особо. Я подписана на несколько страниц новостных и в основном узнаю новости оттуда. Ты удачно сказал, в соцсетях новости сами тебя находят.»*

*Єгор: «У меня еще в отличие от ребят, телевизор дома остался, не скажу что специально включаю новости, но когда кто-то из родителей смотрит телевизор, то тоже что-то слушаю. А так в основном узнаю всё через соцсети.»*

- Також респонденти висловилися щодо місця неправдивих новин в українському інформаційному середовищі, особливо наголошуючи, на великій кількості джерел інформації та простоті її поширення, як чинник появи неправдивих новин. Крім того, молоді люди розуміть як відрізнити неправдиві новини.

*Ірина: «...в интернете значительно больше всяких СМИ, больше сосредоточения этих самых средств информации, а если больше информации, значит может быть больше неправдивой.»*

*Дмитро: «...каждый человек может стать сразу блогером и вот он, типа журналист, типа делает новости, и к нему люди прислушиваются.»*

Дмитро: «... Тем не менее если мы говорим о самих фейк-ньюс, то тут главное просто брать новости из тех источников которым ты лично доверяешь.»

Ірина: «Это немножко не про фейки, но вот перед выборами помню появлялись много ютуберов или блогеров разных у которых были накрученные просмотры и таким образом они выбивались в топы.»

Владислав: «Прежде всего, как сказали уже, главное не столько фильтровать неправдивые новости, сколько быть верным тому ресурсу, который ты считаешь авторитетным. Например, если [...] сам по себе сайт, мягко говоря недостоверный источник, и ты уже видишь что это какая-то чушь, а значит остальная информация, которую он несет, такая же.»

Олександр: «Тут можно сказать, что у нас не очень хорошие отношения с одной страной, так что фейковые новости просто сыпятся. Информационная война состоит же в том, чтобы вкинуть дезинформацию в информационное пространство другой страны. А если мы говорим об определении правдивости, то фейки в основном идут с ресурсов недостоверных, и к тому же составлены по-глупому, я имею ввиду, когда называются мнения каких-то экспертов или учёных, и их не называют. Или, например, ссылаются на что-то, а ссылки на источник в статье нет. Хотя бы так можно определить, что это фейк»

- Впродовж проведення дискусії, було розглянуте питання самореалізації української молоді. Зокрема самореалізація в мережі, та використовуючи інструменти мережі. Більшість учасників схильні вважати, що самореалізація – це можливість розвивати та застосовувати свої особистісні навички, а глобальна мереже, відповідно є широким майданчиком щоб реалізувати свій особистісний потенціал.

Олександр: «О чем еще думать молодежи, как не о самореализации. Самореализация, в первую очередь, это то, как человек сможет полностью реализовать свой потенциал, свои навыки и применить их в жизни. Как пример

*реализации себя в сети, это конечно же возможно заниматься какими-нибудь онлайн курсами, узнавать много разного. Так же ты можешь общаться с многими людьми, ты можешь пиарить себя, зарабатывать какие-нибудь деньги на этом, ты можешь начать собственное дело в интернете, ты можешь стать блогером или по-другому как-то работать с публикой. Или даже рисовать, таким образом можно реализовать свои навыки.»*

*Вікторія: «Лично я считаю, что самореализация это больше о том, как найти место в жизни. Само собой для каждого это что-нибудь разное, а если вернуться к вопросу можно ли реализовать себя в сети, то конечно же да. Примеров тому очень много мы недавно говорили о тех же инфлюенсерах, то есть по сути это люди, которые реализовались в сети, они раскрыли себя, они являются популярными, они этим зарабатывают деньги. То есть, они нашли свое место в жизни посредством социальных сетей.»*

*Ірина: «Я немножко не понимаю разницу реализовать себя в жизни с помощью интернета или реализовать себя в интернете. Если я сейчас работаю в соцсетях, веду несколько групп, я занимаюсь социальным маркетингом и реализовываю себя в жизни, применяю свои навыки через соцсети. Я не реализую себя в интернете я реализую себя через интернет.»*

*Єгор: «Самореализация такое широкое понятие, что она для каждого своя. Можно же часами и днями-неделями играть в игры. Человек от этого будет счастливым, у него там будет прокачанный перс 100-500 уровня и вообще он там самый крутой на сервере. В определенной степени это та же самореализация в интернете. Или если взять другой способ, ребята говорили, создание блогов или обзоров. А если мы говорим о творческой сфере, то интернет — это площадка, где творческий человек может реализовать себя на сто процентов. Написание статей, или постинг фото. Хотя вот даже в реальности ты просто девушка из провинции, а в инсте ты бьюти-блогер.»*

Наталя: «...самореализация - это развитие каких-нибудь личностных качеств и навыков, соответственно и их применение. И если мы говорим о развитии навыков, то это реально сделать с помощью интернета, курсы разные, и языковые, и специализированные, куча видеоуроков и тому подобное.»

Ірина: «Опять-таки получается что человек реализуется в сети, только если он там буквально живет, всё остальное подходит под реализацию с помощью интернета.»

Олександр: «Если говорить в общем, то и интернет, и соцсети предоставляют огромные возможности для самореализации от обучения и до творчества. При всем при этом, каждый может реализовывать себя как хочет: играя, работая, создавая контент. А, еще то, что самореализация для каждого своя.»

- Обговорюючи питання суспільної моралі, та місце ЗМК в її формуванні, респонденти висловили думку щодо впливу інформаційного середовища на формування моральних установок. Респонденти висловили думку щодо причин ворожості в мережевих ЗМК та існування таких явищ як «кібербулінг» та «онлайн-тролінг».

Марія: «Троллинг это наверное тоже самое что и хейтерство. Как по мне, это какие-то там недоразвитые дети или дядьки оставляют тупые комментарии под твоей фоткой.»

Дмитро: «Люди которые этим (онлайн-тролінгом) занимаются, они понимают что они безнаказанно могут писать любую чушь, провоцировать людей и им за это ничего не будет. Я конечно не понимаю какой в этом вообще сиск и зачем так делать, но тем не менее.»

Наталя: «Я думаю, тролли это люди которые хотят задеть человека или как то обидеть. Обычно они действуют в соцетях.»

Ірина: *«Кибербуллинг это когда на одного человека направлен негатив. Та же травля, только в интернете. Например кто-то может скинуть фотографию или издеваться над человеком.»*

Владислав: *«...они понимают что им за это ничего не будет, потому пишут, то что может зацепить, спровоцировать человека.»*

Наталя: *«Тут я согласна, в первую очередь это безнаказанность. Потому что ну нереально найти того человека который анонимно начал травлю в сети, и поэтому это такое распространенное явление.»*

Єгор: *«У меня есть младший брат, он учится сейчас в школе и они сделали в телеграме стикерпак с одним из своих одноклассников. В определенной степени это тоже кибербуллинг.»*

- Щодо питання моралі, завдяки масовій комунікації, поняття моральності зазнало істотних змін за останні роки.

Марія: *«На самом деле, о морали в инете можно сказать многое, потому что интернет, как и деморализует, человека потому, что ты можешь говорить всё и тебе не будет за это ничего. То, что мы говорили ранее о кибербуллинге. Но, с другой стороны, он может стать инструментом защиты моральных принципов. Может подниматься шумиха если нарушаются права человека.»*

Олександр: *«...безнаказанность, по идее, должна провоцировать безнравственность. К тому же есть очень много сайтов и пабликов которые не назовёшь моральными, и понятно, что много людей, особенно молодых людей, пользуется этими ресурсами, но тем не менее, если мы говорим о защите каких-то моральных ценностей или той же нравственности, то тут наверное нужно сказать, что вообще понятие нравственности и моральных ценностей сейчас очень поменялось. Я хочу сказать, что в первую очередь нельзя сказать что интернет деморализует человека. Какое было воспитание,*

*такой месседж человек посылает в массы. Опять-таки, интернет всего лишь площадка, а мораль у каждого своя.»*

*Владислав: «...интернет может формировать мораль, то есть благодаря интернету можно сформировать общественную мораль. Если, например, существует определенное информационное поле, то конечно, оно влияет на формирование общественной морали. Ведь от информационного поля в котором живет человек, зависят его моральные установки.»*

*Дмитро: «Говоря о формировании информационного поля, это же, по сути, та же цензура. А цензурировать интернет в наше время слишком сложная задача, всё равно, люди будут находить то, что их интересует.»*

- Тема формування інформаційного середовища, а також вплив інформаційного середовища на формування світогляду спричинила бурхливу дискусію. В результаті чого респонденти дійшли висновку, що інформаційне середовище в якому живе молода людина прямо формує світогляд індивіда.

*Ірина: «Это же основа любой рекламы. В информ поле попадает реклама о новом продукте, и люди идут покупать.»*

*Вікторія: «Согласна, но тут скорее нужно сказать, что информация, информационное поле формирует наш кругозор хотя бы поэтому можно сказать, что формируя информ поле, можно формировать кругозор человека. Некоторым странам это прекрасно удается.»*

*Олександр: «Я вот хотел сказать, что информационное поле в интернете на меня не влияет, но потом подумал о том, что я же просто не замечаю влияния. Ведь вся информация, которую я получаю, а как мы говорили, что большую часть информации и я, и остальные получаем с интернета через общение или те же новости. Не уверен на сколько возможно управлять*

*массами таким образом, но создать определенные настроения вполне реально.»*

- Щодо перспектив державного регулювання інформації та цензури, думки розділилися – з одного боку, інтернет – це простір вільного обміну інформацією та комунікації. З іншого боку, це місце обігу сумнівного контенту, який може загрожувати безпеці людей.

*Вікторія: «Может сейчас кто-то заговорит, что свобода информации в первую очередь, но посмотрите, взяли человека, не очень адекватного и он хотел бы сделать бомбу, Само собой, что такое можно найти просто погуглив, или как напечатать на 3Д принтере пушку. Доступность такого рода контента опасна для людей, так что всё таки какая-никакая цензура должна быть.»*

*Єгор: «Я вообще не согласен с этим, потому, что в первую очередь правоохранные органы должны следить за тем, чтобы никто ничего не взорвал, а если мы говорим то кто будет за нас выбирать что мы должны видеть, а что нет. В 21 веке должна быть свобода информации, прозрачность, а если мы говорим, что должен быть запрет доступа к ресурсам определённым, которые могут быть потенциально опасными для человека, то ну а кто, извините меня, решает что эти ресурсы потенциально опасные для человека. Я до сих пор не понимаю почему заблокили ВК, и в Фейсбуке и в Инсте ведь тот же контент есть.»*

*Вікторія: «Если у человека есть задатки маньяка, то просмотр видео или фото с насилием может только усилить эти задатки. Существуют же люди с нестабильной психикой, а подобное еще больше расшатывает.»*

*Єгор: «...если человек хочет пойти кого-то убивать, он просто возьмет ножа и тупо пойдет убивать а если не ножом, то голыми руками. И если человек, как ты говоришь, с задатками маньяка, так это всё равно рано ли поздно проявится, без сяких фото и видео.»*

Єгор: *«Во имя безопасности, на самом деле, можно оправдывать все, что угодно. Тут единственный вопрос к государству, взять ту же Россию. Они же тоже во имя безопасности сажают людей за посты в ВК. Государство таким образом, шпионя за народом, может душить протесты ли убирать несогласных. Существует такое понятие, как неприкосновенность личной жизни, это даже в нашей Конституции написано.»*

Наталя: *«Как-то странно, если государство считается демократическим, то оно, по идее, не должно следить за жизнью человека, это уже тоталитаризм какой-то.»*

- Звертаючись до питання про вплив мережевих засобів масової комунікації на формування ціннісних орієнтирів, учасники зауважують, що інтернет – не є ресурсом, який несе цінності. Мережа, в першу чергу, платформа, де комунікує велика кількість людей, які вже, в свою чергу несуть цінності.

Марія: *«Я не думаю, что сам интернет может нести хоть какие-нибудь ценности. Интернет это в первую очередь платформа, где куча людей и вот уже эти люди несут какие-то ценности. Обмениваются общением, я даже не знаю, как это описать. Короче, я не думаю что у самого интернета могут быть ценности, а вот у людей которые пользуются интернетом ценности есть и они общаясь друг с другом передают их друг другу. Хотя не думаю, что ценности можно просто так передать.»*

Олександр: *«Могут же быть ценности или принципы, которые появились благодаря интернету, например тот же самый принцип свободы информации.»*

Вікторія: *«Или в интернете наоборот могут защищаться какие-то идеи и какие-то принципы или ценности, а может наоборот даже.»*



Ірина: *«Я больше согласна с тем, что ценности несет не интернет, а ценности несут люди. Грубо говоря, какие люди в интернете такие там и ценности.»*

Єгор: *«...если смотреть на ценности, которые может нести интернет, это в какой-то степени плюрализм потому, что много идей и много людей и когда человек общается с таким большим количеством людей, это учит уважать чужие идеи и принципы.»*

Владислав: *«интернет несёт в себе ценности масс, то есть решает основная масса пользователей, это какая-то универсальная культура. То, что является обычным в Америке, тоже самое будет и у нас. И так же эти ценности масс становятся универсальными и общепринятыми. Или уже универсальные ценности просто транслируются.»*

- Серед основних чинників впливу, зазначається висока залученість молоді до комунікації в мережі. Зазначається, що взаємодія із зовнішнім світом відбувається через мережеві ЗМК.

Ірина: *«Думаю, что роль интернета огромна потому, хотя бы, что интернет занимает очень важное место в жизни любого молодого человека. Я имею в виду, что мы все проводим очень много времени онлайн. Когда я провожу свой досуг читая какой-либо материал или смотрю видео, или общаюсь, или обычный серфинг в соцсетях - это не на самом деле. Я хочу сказать, хотя бы из-за того, что мы проводим очень много времени онлайн, хотя бы из-за этого интернет имеет на молодежь, на нас, огромное влияние.»*

Владислав: *«...моё общение с моими друзьями, с моими родными, просмотр новостей, или другой информации - всё это, огромный кусок взаимодействия с окружающим миром, проходит через интернет, через соцсети. Это и досуг, это работа, это какие-то другие связи - всё проходит через интернет. А если мы говорим о формировании каких-нибудь ценностей, то да, безусловно, есть влияние на формирование наших принципов и ценностей. А если говорить*

*почему так, то наверное потому, что это огромное пространство любой информации и общения.»*

*Наталя: «Я, конечно, не считаю, что вся моя жизнь онлайн, но тем не менее это же очевидно, что мы росли и развивались под влиянием соцсетей. Все таки интернет имел огромное влияние на моё воспитание, ну или те же ценности, хорошо. Грубо говоря интернет - это наше окружение , место сосредоточения наших кругов общения, огромное пространство знаний об окружающем мире которые мы получаем. И если вот так вот смотреть на вещи, тогда получается понятно, почему именно, как там тема звучит, сетевые средства массовой коммуникации как раз на молодежь, и на детей ещё больше, имеют большое влияние.»*

*Дмитро: «...наше окружение онлайн, в определенной степени, а окружение безусловно, влияет на формирование человека.»*

*Марія: «Получается, если бы не было социальных сетей и тому подобного, то мы были бы совершенно другими людьми. Даже сложно представить, наверное были бы похожи больше на наших родителей. Что хочется еще добавить. Каждый человек, он когда смотрит на свое окружение, он как-то старается подходить или походить на своё окружение и если рассматривать в этом жанре то люди, с которыми мы общаемся как-то нас меняют и они имеют влияние на нас, а мы, соответственно, на них. А если мы говорим, что интернет — это средство связи или там коммуникации, то благодаря тому, что это настолько большое и разнообразное средство коммуникации, можно сказать, что существует определённое влияние на наш кругозор и на формирование наших ценностей, принципов каких-то, отдельных аспектов личности.»*

*Олександр: «Да, я согласен, что человека от части формирует его круг общения, а интернет это место современного общения. Отсюда и влияние.»*

Підводячи підсумки проведеного дослідження, можна виокремити певні тенденції в думці української молоді щодо формування ціннісних орієнтирів під впливом мережевих ЗМК.

В першу чергу, варто сказати, що молодь постійно залучена до мережевої комунікації. Серед ресурсів, що використовуються, можна назвати Фейсбук, Інстаграм та Телеграм, що підтверджують наведені раніше дані про використання соціальних мереж. До того ж деякі респонденти висловили думку про те, що занадто багато часу проводять користуючись соціальними мережами. Серед основних чинників високої залученості до мережевої комунікації, можна виокремити: доступність, наявність необхідної користувачам інформації, широкі можливості спілкування та проведення дозвілля. Крім того, можна відзначити, що віртуальний простір мережевих ігор також став платформою для постійної комунікації та самореалізації молодих людей. Звертаючись до реалізації особистісного потенціалу, респонденти відзначали ЗМК як потужний засіб розвитку та практичного застосування своїх навичок.

Щодо питання впливу мережевих ЗМК на особистість людини, учасники фокус-групи відзначали, що інформаційне середовище в мережі формує світогляд. Було також зазначено, що велика частина взаємодії з навколишнім середовищем проходить через соціальні мережі та інші інтернет-ресурси. Висловлювалась думка, що людські потреби в спілкуванні, отриманні нової інформації також можуть бути задоволені засобами мережевої комунікації.

Варто зазначити, що для отримання актуальної інформації щодо подій в світі та країні респонденти, переважно використовують соціальні мережі, де полегшений доступ до новинного контенту. Також молоді люди висловили розуміння щодо ситуації, яка склалася з неправдивими новинами в українському інформаційному середовищі. Ба більше, розповіли про способи ідентифікації неправдивої інформації, новин.

Звертаючись до поняття «цінностей» учасники порівнювали його з поняттями «принципи» та «світогляд», а також називали цінності основою

особистості. Серед чинників, які впливають на формування цінностей, були названі: виховання, спілкування та комунікація. Оцінюючи вплив мережевих ЗМК на формування ціннісних орієнтирів, молоді люди, відзначали, що глобальна мережа, соцмережі зокрема, є великим майданчиком для спілкування великої кількості людей. Як наслідок люди, що спілкуються в мережі, на думку учасників, в процесі комунікації впливають один на одного, а отже, можна говорити про вплив на формування особистості та цінностей зокрема. Крім того, респонденти зазначали, що оточення людини формує її саму, зважаючи на те, що молодь контактує з оточенням за допомогою мережевих ЗМК, їх вплив здається очевидним.

## ВИСНОВКИ

Мережеві засоби масової комунікації стали невід'ємною частиною повсякденного життя сучасної молодшої людини. Досліджуючи вплив мережевого спілкування, були розглянуті наступні соціологічні теорії:

- Теорія «дзеркального Я» Ч. Кулі та Дж. Міда, в якій розкривається формування людської особистості внаслідок взаємодії з соціальним середовищем.
- Теорія соціалізації Е. Еріксона розкриває психологічні стадії розвитку людського "Я", в ході яких індивід встановлює основні орієнтири по відношенню до себе і свого соціального середовища.
- Згідно з теорією соціальної комунікації, існуючі культурні цінності та культурний досвід передаються каналами спілкування. Культурна діяльність, в свою чергу, складається зі створення культурних цінностей, зберігання і поширення створених цінностей.
- Теорія культивування, або культивування, Дж. Гербнера. Згідно з його уявленням, постійний перегляд телеповідомлень, по-перше, призводить до вироблення в аудиторії спотворених уявлень про соціальну реальність. По-друге, телебачення, впливаючи на свідомість аудиторії, формує в ній різні соціальні ролі і цінності, тобто важливою функцією телебачення є впровадження культурних моделей.
- Згідно з теорією соціального навчання, одержувачі інформації в ЗМК сприймають символічні репрезентації поведінки як основу для побудови своєї власної поведінки. Відбувається навчання через спостереження - індивіди засвоюють нові моделі поведінки та ціннісні орієнтири, які представляють ЗМК.

В даній роботі був успішно розглянутий зв'язок мережевих засобів масової комунікації з ціннісними орієнтирами сучасної молоді. Позначена специфіка ЗМК, визначені їх функції та функціональна своєрідність.

Розкриваючи сутність та структуру засобів масової комунікації, стало зрозуміло, що це величезна частина соціальної комунікації, яка приймає на себе усні, письмові і візуальні функції. Вона відіграє велику роль в процесі пізнання світу, як наслідок можна говорити про виховну та пізнавальну функції ЗМК.

Поява інтернету принципово змінила ставлення до вивчення ЗМК. Сучасні засоби масової комунікації є конвергентними джерелами та каналами передачі великих масивів інформації. Висока залученість призвела до того, що мережа стала місцем перетину думок та ідей, що, безперечно впливає на формування масової свідомості в епоху становлення інформаційного суспільства.

В рамках роботи було розглянути місце спілкування у формуванні особистості. Згідно з розглянутих теорій: спілкування є основою становлення особистості, набуття соціальних навичок. В ході проведення емпіричного дослідження, дане твердження було підтверджено.

Розглядаючи місце мережевих ЗМК в житті молодшої людини, були наведені статистичні дані використання інтернет-ресурсів в українському мережевому просторі. Ці дані свідчать про високу залученість молодіжної вікової групи до використання мережевих ЗМК. Крім того проведене дослідження вказує, на те, що саме соцмережі є основним джерелом інформації та комунікації. Вони стали засобом взаємодії з оточенням.

В ході вивчення питання впливу мережевих ЗМК на формування ціннісних орієнтацій, варто сказати, що наявні теоретичні та емпіричні дані прямо вказують на залежність світоглядних, моральних установок, процесу формування особистості від середовища та каналів спілкування. Оскільки мережеві засоби масової комунікації посідають передове місце в системі комунікаційних інструментів в епоху модернізації суспільства і трансформації суспільних соціокультурних інститутів на перший план виходять саме мережеві ЗМК, то найбільш активні користувачі мережевих ЗМК - молодь, зазнають найбільшого впливу.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

- Іванов, В. (2010). Основні теорії масової комунікації. Київ, Україна. Отримано з [http://www.soc.univ.kiev.ua/sites/default/files/library/elopen/teoriji\\_mas\\_komunikacii.pdf](http://www.soc.univ.kiev.ua/sites/default/files/library/elopen/teoriji_mas_komunikacii.pdf)
- Інглхарт, Р. (1997). *Постмодерн: мінливі цінності, зміни суспільства*. Постмодерн: мінливі цінності, зміни суспільства.
- Київський міжнародний інститут соціології. (2019). Джерела інформації, медіаграмотність і російська пропаганда. Київ.
- Мід, Д. (2000). *Дух, самість і суспільство з точки зору соціального біхевіориста*. Київ: Укр. Центр духовної культури.
- Водянова, Н. В. (2009). Самореалізація личности в пространстве интернета в контексте коммуникационной антропологии. *Вестник ЧГУ*, сс. 57-62.
- Гундарин, М. В. (2009). Книга руководителя отдела PR: практические рекомендации. Санкт-Петербург. Отримано з [http://www.litres.ru/pages/biblio\\_book/?art=583995](http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=583995)
- Каландаров, К. Х. (1998). Управление общественным сознанием. Отримано з <http://bookap.info/psywar/kalandarov/>
- Кон, И. С. (1967). Социология личности. *Издательство политической литературы*, сс. 22-23.
- Котляров, И. В. (2013). *Социологический альманах*. Минск: Институт социологии НАН Беларуси.
- Лебедева, Н. М., & Татарко, А. М. (2007). *Ценности культуры и развитие общества*. Москва.

- Мак-Люен, М. (2001). *Галактика Гутенберга: становлення людини друкованої книги пер. з англ. В. І. Постнікова, С. В. Єфремова*. Київ: Ніка-Центр.
- Маркс, К., & Энгельс, Ф. (1970). *Сочинения* (2 вид., Т. 3). Москва: Издательство политической литературы.
- Мартьянов, Д. С. (2013). Виртуальные идеологии и кризис идеологий в информационном обществе. *Грамота*, 77-83.
- Мартьянов, Д. С. (2013). *Виртуальные идеологии и кризис идеологий в информационном обществе*. Чита.
- Мартьянов, Д. С. (2015). *Виртуальные ценности: структура, динамика, противоречия*. Санкт-Петербург.
- Мартьянов, Д. С. (2009). *Виртуальные идеологии и кризис идеологий в информационном обществе*. Чита.
- Нозль-Нойман, Э. (1996). *Общественное мнение. Открытие спирали молчания*. Москва.
- Семенов, Н. (2011). *Все о социальных сетях. Влияние на человека*. Киев.
- Сергеев, Е. У. (2009). Средства массовой коммуникации в условиях глобализации. *Terra Humana*, сс. 117-126.
- Соколов, А. В. (2002). *Общая теория социальной коммуникации*. Санкт-Петербург.
- Трофименко, С. (2005). Полезное дело: несколько причин полюбить профессиональные сообщества. *PR в России*, 13-15.
- Федякин, И. А. (1988). *Общественное сознание и массовая коммуникация в буржуазном обществе*. Москва: Наука.
- Цыганков, П. А. (2012). *Универсальные ценности в мировой и внешней политике*. Москва: Издательство московского университета.



Шапкина, Е. В. (2015). Интернет в системе средств массовой информации и особенности его восприятия в общественном сознании. Кемерово. Отримано з <https://docplayer.ru/41066034-Udk-323-23-internet-v-sisteme-sredstv-massovoy-informacii-i-osobennosti-ego-vozpriyatiya-v-obshchestvennom-soznanii-e-v.html>

Шварц, Ш. (2008). Культурные ценностные ориентации: природа и следствия национальных различий. *Психология*, 36-67.

Brubaker, R. (2004). *Ethnicity without Groups*. Harvard University Press.

Cathelat, B., & Cadet, A. (1976). *Publicité et société*. Payot: PBP.

Cooley, C. (1953). *Reader in Public Opinion*. New York.

Gerbner, G. (1998). Cultivation analysis: An overview. *Mass Communication and Society*, сс. 175-194.

Lazflrsfeld, P., & Merlon, R. (1948). *Mass Communication, popular taste and organized social action*. New York: Harper and Brothers.

Masuda, Y. (1983). *Infomation Society as Postindustrial Society/Wash/World Future*.

PlusOne. (Травень 2019 р.). *Facebook в Україні*. Отримано з <https://plusone.com.ua/fb/>

Соколов, С. (25 Жовтень 2018 р.). *Великобританія покарала Facebook через скандал із витоком даних користувачів*. Отримано з DW Україна: <https://www.dw.com/uk/великобританія-покарала-facebook-через-скандал-із-витоком-даних-користувачів/a-46039022>

Стець, А. (21 Березень 2019 р.). *Facebook визнав, що його працівники мали доступ до паролів користувачів*. Отримано з Zaxid.net: [https://zaxid.net/facebook\\_viznav\\_shho\\_yogo\\_pratsivniki\\_mali\\_dostup\\_do\\_paroliv\\_koristuvachiv\\_n1478008](https://zaxid.net/facebook_viznav_shho_yogo_pratsivniki_mali_dostup_do_paroliv_koristuvachiv_n1478008)

## ДОДАТКИ

### *Додаток 1*

*Транскрипція фокус-групового дослідження*

*Зліва направо: Респонденти – Наталя, Вікторія, Ірина, Олександр, Єгор, Дмитро, Марія, Владислав.*

Модератор: Вітаю, мене звати Назар, радий вас бачити. Зараз ми проведемо фокус-групове інтерв'ю, іншими словами групова дискусія. Хтось брав участь в подібних заходах?

Наталя: Ні

Марія: Год назад принимала участие.

Модератор: Перед тим як ми почнемо, візьмуть будь ласка листочки, що перед вами та напишіть як ви хочете щоб до вас зверталися

Модератор: Хочу попередити, що ведеться відеозапис нашої бесіди, таємниця ваших особистостей буде закрыта. Дискусія триватиме близько 1,5 години. Ми поговорим на тему молодіжних цінностей та тому яке місце займає інтернет в житті молоді. Кожен має можливість висловитися, єдине, що попрошу не вживати нецензурної лексики і не перебивати один одного. Чи будуть в когось якісь запитання з приводу проведення?

Наталя: Ні

Модератор: Добре, давайте почнемо обговорення нашої теми. Якими інтернет-ресурсами ви користуєтеся? Для яких цілей?

Олександр: Просто чем мы пользуемся?

Модератор: Чим, для чого?

Олександр: Прежде всего наверное Инстаграм потому что там друзья , общение в директе там можно и новости посмотреть, кто чем занимается в сторис. То есть в первую очередь соцсети, facebook тоже но он больше для ленты новостей. Если брать обычный интернет сёрфинг то он занимает наименьшую долю и то, в основном если нужно что-то найти

Ірина: Лично я пользуюсь Телеграм для общения с моими друзьями и знакомыми, а вот facebook больше он мне до работы я работаю smm-щиком то есть моя работа заключена в Фейсбуке.

Марія: Вот у меня тоже в основном Инстаграм и Телеграм опять-таки для общения. Иногда какие-то новостные сайты если что-то попадает, то тоже захожу смотрю.

Модератор: Влад, а ви?

Владислав: Я ничего нового не скажу, для общения пользуюсь инстаграмом или тем же telegram. Там же и новости смотрю, на Фейсбук редко захожу.

Єгор: Да у меня тоже самое

Модератор: Скільки часу приблизно ви проводите в мережі? Діма?

Дмитро: Да вот постоянно, если мне кто-то сейчас напишет то я сразу увижу я напишу ответ

Модератор: А ви, Вікторія?

Вікторія: Если имеется ввиду сколько я вообще залипаю в интернете то это где-то часов 3 в день

Ірина: У меня с работа связана с интернетом, так что провожу от 6 до 10 часов постоянно в интернете. В Фейсбуке прежде всего

Олександр: Достаточно много времени потому что вся современная жизнь она построена на том чтобы взаимодействовать с интернетом, то есть если мне что-то нужно там узнать спросить то я лучше зайду в google. Или если уже кому-то нужно написать или что-то сообщить я опять-таки буду пользоваться интернетом

Модератор: Маша, яка ваша думка?

Марія: На самом деле очень сложно сказать сколько по времени в день занимает интернет. Я бы скорее сказала что постоянно понемножку.

Модератор: Зрозуміло, якщо я спитаю скільки часу за спілкуванням ви проводите в реальному житті?

Дмитро: что имеется в виду в реальной жизни? Общение в интернете такая же часть общения в реальной жизни. Одно не исключает другое.

Модератор: Мається на увазі скільки часу ви проводите спілкуючись з людиною особисто, або, наприклад в компанії, якщо порівнювати зі спілкуванням засобами інтернету.

Катерина: Наверное если мы говорим об общении с многими разными людьми то с большей массой людей я общаюсь онлайн. А если в компании в живую то конечно, это меньшее количество людей но частота общения где-то такая же.

Єгор: Я даже не знаю как это ценить. Я постоянно общаюсь в сети и также общаюсь в живую.

Марія: Для меня если посчитать то всё-таки наверное онлайн я общаюсь больше и с большим количеством людей, чем в реальности, то есть если в реале это просто друзья с которыми приятно час где-то посидеть пообщаться, то в сети я могу посмотреть фоточки друзей, комментировать или переписку вести. И сам процесс общения намного проще.

Модератор: Особисто для вас, що таке інтернет?

Дмитро: Какой-то слишком общий вопрос

Олександр: Для меня Интернет это площадка для коммуникаций с окружающим миром, с окружающей средой

Ірина: Для меня Интернет это работа в том числе, не только общение.

Модератор: Віка, Маша, як ви вважаєте?

Вікторія: Для меня это средство как провести досуг, средство для поиска информации и общения.

Маша: Где-то так же

Модератор: У когось ще будуть якісь думки?

(кивають «ні»)

Модератор: Добре, а ось якщо порівнювати ваше ставлення. Що ви вкладаєте в поняття «інтернет» і взяти теж саме старше покоління. В чому буде різниця між вашим розумінням глобальної мережі?

Олександр: Я не думаю что можно говорить о какой-то большой разнице между тем что такое интернет для молодёжи и интернет для взрослых. Ведь по сути это одно и тоже, это площадка для любой информации, площадка для общения. Что уже говорили, единственное отличие в том что молодежь больше вовлечена в интернет, она больше им пользуется, то есть мало людей старшего поколения пользуются интернетом или социальными сетями точно также как и молодежь.

Єгор: Ну почему? Вот например для некоторых молодых людей это может быть частью жизни полноценной, а для старших людей это просто средство общения.

Єгор: Или поиск информации

Модератор: У кого еще думки? Дмитро?

Дмитро: Да, я согласен, что разница в понимании она исходит от того, что молодежь больше вовлечена в это всё, а для старшего поколения социальные сети те же могут быть слишком сложны для понимания Я не знаю может это как новый телефон он

Модератор: Добре, ми трохи поговорили про інтернет, дізналися хто чим користується. Наступне питання про цінності. Що ви розумієте під поняттям цінності? Які ваші перші асоціації?

Єгор: Я считаю, что ценности это как принципы, то есть какая-то основа для человеческого характера

Марія: Так же можно сказать, что ценности это результат нашего воспитания то есть то, что в нас вложили родители или наше окружение. Это то чем мы живем.

Наталя: А вот я больше думаю о каких-то моральных ценностях. Например не укради, помогай немощным и тому подобное, ценности это о том как надо жить.

Дмитро: Да нет, ну причём тут это. Ценности это как личность, точнее часть твоей личности я бы сказал, что принципы и ценности по сути это одно и тоже потому, что наши ценности это часть нашей личности

Ірина: Да вот я согласна с Димой

Модератор: Олександр, на твою думку, що таке цінності?

Олександр: Если добавить к тому, что сказали другие ребята, то ценности, это какие-то общие принципы в обществе. Хотя еще говорят об индивидуальных ценностях. Я думаю, что да, это основа характера человека, или, может быть, кругозора. И ценности приходят с воспитанием я думаю.

Модератор: Добре, а що в свою чергу формує цінності людини і яку роль грає спілкування в формуванні людських цінностей?

Олександр: Наверное, если мы говорим о формировании ценностей, в первую очередь играет роль наше воспитание. Наши родители. Они нам прививают какие-то ценности, а во-вторых это наше окружение и если мы говорим об окружении то тогда наш круг общения тоже как-то влияет на ценности.

Модератор: Дякую, у кого ще які ідеї є?

Ірина: Скорее всего само общение не формирует ценности. Формируют те, с кем ты общаешься, то есть тот опыт общения которые ты получаешь он влияет ну на всю жизнь, на то какой у тебя характер, какое у тебя воспитание, какой кругозор формируется.

Вікторія: Ну вот да, но тем не менее, для того для того чтобы личность нормально сформировалась человек должен общаться без общения человек не может сформироваться как личность. И только благодаря тому, что мы социальные существа, только благодаря тому, что мы как-то вот взаимодействием с другими людьми мы развиваемся сами.

Владислав: Так подождите, вы же сами говорили, что воспитание это то, что формирует нашу личность и наши ценности, но воспитание это тоже самое общение. Другими словами общение это часть воспитания то есть родители же общаются с ребенком.

Марія: Да с воспитанием всё понятно, но если мы говорим о межличностном общении, внутри нашего круга общения, то это тоже влияет на формирование человека на формирование ценностей.

Модератор: Ще хтось бажає висловитися? Єгор, як ти думаєш?

Єгор: Точно также наверное, наш круг общения влияет на наши ценности.

Модератор: Я вас зрозумів. Якщо повернутися до теми спілкування, ми всі багато спілкуємося в мережі, а як, по вашому відрізняється спілкування в мережі і спілкування з людиною вживу? Які можна назвати плюси або мінуси?

Дмитро: Лично я не вижу больших различий между общением с друзьями и знакомыми в сети или в реальности. Но вот если ты общаешься с любимым человеком, через экран ты не можешь обнять, например или поцеловать. Я имею ввиду, что там уже другие как бы обстоятельства, и в плане близкого общения с человеком интернет тут ограничен. Потрогать человека через экран не получится.

(сміх)

Вікторія: Я считаю это совсем разные вещи когда ты видишь человека, когда ты с ним общаешься лично или в какой-то компании. Ты чувствуешь себя совершенно иначе потому, что если в компании ты чувствуешь себя частью компании и вы вместе что-то обсуждаете или что-то делаете то это совершенно другое чем когда ты общаешься в интернете. Да, ты сможешь общаться с большим количеством людей но это совершенно по-другому ощущается. Я бы сказала что ты общение в реальности это это как-то реально что-ли, то есть без фальша наверное.

Модератор: У кого ще які думки є?

Єгор: Во-первых общение посредством интернета это удобнее это быстрее намного быстрее

Ірина: Еще хочу добавить, если ты общаешься с незнакомым человеком в интернете, вот я лично по опыту работы, то тебе может быть абсолютно пофигу кто этот человек что он себя представляет, тем более если ты ему просто предлагаешь какие это услуги или отвечаешь на его вопрос, а в живую такого отношения нет.

Олександр: а ещё есть анонимность в сети, и ты можешь писать всё что ты хочешь. Хоть свастику кидай и прославляй Путина. А вот в реальности такого быть не может, скорее ты можешь так сделать но будут определенные последствия.

Модератор: Ми заговорили з вами про анонімність і про те, що вона дає. Скажіть чи знайомі ви з такими явищами як кібербулінг чи, наприклад, онлайн-тролінг. Маша?

Марія: Троллинг это наверное тоже самое что и хейтерство. Как по мне, это какие-то там недоразвитые дети или дядьки оставляет тупые комментарии под твоей фоткой.

Дмитро: Люди которые этим занимаются, они понимают что они безнаказанно могут писать любую чушь, провоцировать людей и им за это ничего не будет. Я конечно не понимаю какой в этом вообще сыск и зачем так делать тем не менее.

Модератор: А яка твоя думка, Наталя?

Наталя: Я думаю, тролли это люди которые хотят задеть человека или как то обидеть. Обычно они действуют в соцсетях.

Олександр: Действуют, как группировка какая ни будь хах.

Модератор: Ірина яка твоя думка?

Ірина: Кибербуллинг это когда на одного человека направлен негатив. Та же травля, только в интернете. Например кто-то может скинуть фотографию или издеваться над человеком

Модератор: Зрозуміло, а для чого це робиться, по вашому? Можливо хтось з вас чи ваших знайомих стикався з цим? Владислав?

Владислав: Потому что они тупые недоразвитые личности, они понимают что им за это ничего не будет потому пишут, то что может зацепить, спровоцировать человека.

Наталя: Тут я согласна, в первую очередь это безнаказанность. Потому что ну нереально найти того человека который анонимно начал травлю в сети и поэтому это такое распространенное явление.



Єгор: У меня есть младший брат, он учится сейчас в школе и они сделали в телеграме стикерпак с одним из своих одноклассников. В определенной степени это тоже кибербуллинг.

Наталя: Это точно кибербуллинг они по сути издеваются над своим одноклассником

Модератор: У когось ще є ідеї з цього приводу?

Дмитро: Кибербуллинг и троллинг – это плохо.

Модератор: Добре, з цим все зрозуміло. Давайте поговоримо про дозвілля в мережі. Чи граєте ви в онлайн-ігри і яка взагалі основна різниця між іграми онлайн і в мережі?

Єгор: Я играю в пабж обычно, или лолка, если кто не знает, это мультиплеерные игры и если сравнивается мультиплеер с обычной игрой с прохождением, то в мультиплеере у тебя нет линейного прохождения. Ты сам делаешь свою историю, ты развиваешься ты там чего-то достигаешь.

Дмитро: Я вот помню раньше играл в Доту. А если говорить о разнице между сетевой игрой и обычной, так это наверное в том что там ты взаимодействуешь с людьми. В обычной игре ты просто идешь по написанному сценарию, и это тоже интересно, но опять-таки суть мультиплеера как раз во взаимодействии с другими людьми.

Модератор: Зрозуміло, дівчата, ви що скажете?

Наталя: Я в игры обычно не играю максимум что-то на телефоне

Марія: Я тоже в игры не очень

Модератор: Добре, дякую, Владислав яка твоя думка?

Владислав: Какая разница или что?

Модератор: Чи граєш ти взагалі і яка різниця.

Владислав: Сейчас играю в КС ГО или Айон, это ММОРПГ. Если говорить о разнице, то я не буду оригинальным. В онлайн ты играешь вместе с огромной кучей людей, само собой взаимодействуешь с ними. Даже если ты хочешь побегать соло, у тебя не получится, потому что придется с кем-нибудь

кооперироваться. Мультиплеер – это игровой мир, где ты общаешься с другими, вы прокачиваетесь вместе, ходите в данжи и тому подобное.

Ірина: Я слышала кто-то так даже семьи находил

Владислав: У меня есть знакомый, мы с ним вместе играем, так вот у него уже семья, дети, и они всей семьей играют и развивают одного персонажа. Даже не понимаю как это.

Егор: Игры сейчас стали не просто развлекаловкой для детей, есть те же турниры с большими призовыми фондами.

Вікторія: Еще хочу сказать по этому поводу. Ира говорила про то что люди в играх ставали семьями. Так ведь есть же и друзья по играм. Ты можешь никогда не видеть человека вживую, только играть с ним, и тем не менее называть его другом.

Олександр: Все же мультиплеерные игры построены на коммуникации, это же очевидно, в этом вся суть. Не удивительно, что люди находят друзей или любимых в той среде.

Дмитро: Хаха ну да, ты такой общаешься с приятной девчонкой, а это оказывается сорокалетний мужик.

Олександр: Но это уже проблема любого общения в сети, мы как раз говорили об анонимности.

Модератор: Дякую, я вас зрозумів. Давайте зараз відійдемо від теми ігор. Скажіть ви взагалі цікавитеся новинами? Наташа?

Наталя: Где то в общем, я не смотрю новостные сайты намеренно в поисках новостей, если ты об этом.

Модератор: Тобто ти взагалі не цікавишся новинами?

Наталя: Нет, почему? В основном это посты с новостями, или если увидела где-то новость, то могу почитать.

Модератор: Я зрозумів, скажіть, з яких джерел в інтернеті ви отримуєте інформацію про події, які відбуваються в країні та світі?

Марія: Я вот тоже новостями особо не интересуюсь, смотрю если кто-то из друзей что-то скинул, даже на блогеров не подписана.

Модератор: Дякую, у кого ще є думка?

Олександр: Іногда я читаю спеціалізовані сайти новостні, также підписан на пабліки новостні в фейсбуке. Я особливо не ищу новости, смотрю, точно есть в пропозиціях.

Модератор: Ти новини не шукаєш, але новини знаходять тебе?

Олександр: Да, где-то так.

Модератор: Ірина, як щодо тебе?

Ірина: Я підписана на новостні канали YouTube, точніше я смотрю обзори на події. Даже то же сарафанное радио, кто-то мне что-то сказал или скинул, к тому же в ленте в Фейсбуке постійно смотрю новости.

Дмитро: У меня для новостей тоже есть Фейсбук, хотя я редко захожу, но підписан на різні пабліки, просто захожу іногда ленту пролистать. Или тот же Ютуб.

Модератор: Віка, у тебе з новинами як?

Вікторія: Для меня все новости в Инстаграме, хоть я и не слежу особо. Я підписана на несколько страниц новостных и в основном узнаю новости оттуда. Ты удачно сказал, в соцсетях новости сами тебя находят.

Єгор: У меня еще в отличие от ребят, телевизор дома остался, не скажу что специально включаю новости, но когда кто-то из родителей смотрит телевизор, то тоже что-то слушаю. А так в основном узнаю всё через соцсети.

Модератор: Скажіть будь ласка, а чи можна взагалі довіряти новинам в інтернеті? Ми всі чули таке поняття як фейк-ньос, наприклад. Чи можна довіряти взагалі тому, що пишуть в інтернеті?

Єгор: Так какая разница между тем что пишут в интернете или сказали по телевизору просто разные источники информации, а сама информация, она может быть одинаково неправдивой.

Ірина: Я не согласна немножко, потому что в интернете значительно больше всяких СМИ больше сосредоточения этих самых средств информации, а если больше информации, значит может быть больше неправдивой. Тут

может вопрос даже не в доверии к источнику, просто каждый должен думать своей головой.

Дмитро: Да, но ты говоришь о том, что каждый человек может стать сразу блогером и вот он типа журналист типа делает новости и к нему люди прислушиваются. Тем не менее если мы говорим о самих фейк-ньюс, то тут главное просто брать новости из тех источников которым ты лично доверяешь.

Вікторія: Я даже не особо задумываюсь насколько новость может быть правдивой, просто прочитала информацию. Я настолько редко читаю новости, что даже не задумываюсь об этом.

Добре, а чи зможете ви все таки яким небудь чином відрізнити від фейкових?

Ірина: Это немножко не про фейки, но вот перед выборами помню появлялись много ютуберов или блогеров разных у которых были накрученные просмотры и таким образом они выбивались в топы.

Марія: Да, уже хотя бы по этому ты можешь видеть, что что-то тут не так.

Модератор: Владислав, яка твоя думка?

Владислав: Прежде всего как сказали уже, главное не столько фильтровать неправдивые новости, сколько быть верным тому ресурсу, который ты считаешь авторитетным. Например, если на сайте зодиаков точка нет пишут о том, как полезно пить мочу хаха, тогда во-первых сам по себе сайт, мягко говоря недостоверный источник, и ты уже видишь что это какая-то чушь, а значит остальная информация, которую он несет, такая же.

Модератор: Я вас зрозумів, а якщо взяти український інформ простір, то яке місце займають в ньому ті самі фейк-ньюс?

Вікторія: Без понятия, не представляю.

Егор: Я знаю что они есть, но как бы не обращаю внимания.

Олександр: Тут можно сказать, что у нас не очень хорошие отношения с одной страной, так что фейковые новости просто сыпятся. Информационная война состоит же в том, что бы вкинуть дезинформацию в информационное

пространство другой страны. А если мы говорим об определении правдивости, то фейки в основном идут с ресурсов недостоверных, и к тому же составлены по-глупому, я имею ввиду, когда называются мнения каких-то экспертов или учёных, и их не называют. Или, например, ссылаются на что-то, а ссылки на источник в статье нет. Хотя бы так можно определить, что это фейк

Модератор: Дякую. Якщо повернутися до теми соц мереж, то чи помічали ви коли-небудь за собою, що проводите забагато часу в інтернеті і чи намагалися щось з цим робити?

Вікторія: Да, у меня вот такое было, да и до сих пор есть. Я заметила что очень долго и часто листаю ленту в Инстаграме. Просто очень долго залипаю. Потом даже поставила специальную программу, которая ограничивает время в Инсте.

Єгор: И что помогло?

Вікторія: Нет. Я просто начала листать ленту в Фейсбуке, так что приложение удалила. А сейчас у меня стало меньше времени на то что бы сидеть в Инстаграме, вот и всё.

Олександр: Для этого же даже название есть, по-моему social media детокс. Когда люди отказываются от сидения в социальных сетях или вообще от интернета на определенное время.

Модератор: У кого ще є думки з цього приводу?

Наталя: Я замечала, что слишком много времени провожу. Но не считаю, что это прям проблема, которую нужно решать.

Дмитро: Это знаешь похоже на то, как наркоман говорит: «Я в любой момент могу отказаться, для меня это не проблема»

Наталя: Да нет, причём тут это, я просто провожу много времени общаясь или что-то смотрю на Ютубе, но это не проблема, которая мешала бы мне жить.

Владислав: Если мы говорим какой-нибудь интернет-зависимости, то наверное мы все тут немножко зависимы потому, что никто не может просто так взять и отказаться от интернета или от общения в соцсетях.

Модератор: А от якщо уявити, скільки приблизно часу кожен з вас може прожити без соцмереж чи інтернету взагалі?

Ірина: Вообщее не смогу. Моя работа, общение в интернете, так что не вижу смысла отказываться

Вікторія: Я денек проживу, не знаю даже, будет сложно, особенно если буду знать что мне кто-то написал.

Олександр: Наверное неделю или две прожить абсолютно реально ну немного придётся дискомфортно сначала, но раньше же люди жили и нормально.

Єгор: Ха-ха-ха можно устроить челлендж: просиди без Инсты в Инсте же.

Ірина: Ха-ха

Модератор: З приводу залежності, от кажуть, що інтернет зробив нас залежними від отримання нової інформації. Навіть те ж безкінечне листання стрічки в Фейсбук, які, по-вашому причини такого?

Вікторія: Я уже сказала по этому поводу, что бесконечно листание ленты Инстаграма это, наверное, в первую очередь для того, чтобы убить время. Человек хочет чем-нибудь занять свой мозг и поэтому листает ленту.

Дмитро: Ну так естественно, вот заходишь ты в Инсту посмотреть что там, сразу на тебя падают куча stories тебе кто-то пишет, сразу потоки информации на само собой что как-то привыкаешь.

Владислав: Мы все зависимы от наших телефонов, расслабьтесь.

Олександр: Вот я скажу такую вещь, главное не количество информации, а качество информации. Если ты получаешь много качественной информации, в этом ничего плохого.

Вікторія: Качественный контент Ютуба для качественной деградации.

Модератор: Наталя, яка твоя думка?

Наталя: За собою замечала разве что часто нечего посмотреть в YouTube вот листаешь ленту предложений и понимаешь что тебе нечего смотреть, но ты

все ищешь потому что ты хочешь что-то посмотреть, тебе же нужно чем-нибудь заняться и найти что посмотреть под завтрак.

Владислав: Да-а вот ты хочешь что-нибудь покушать и найти видео в Ютубе и ты понимаешь, что там ничего нет, и пока ты листаешь ленту предложений или топов у тебя уже мивина остыла.

Ірина: Вы говорите больше о досуге. Для меня Интернет, в частности та же лента новостей, это в первую очередь работа, но если мы говорим что человек хочет всё больше и больше информации, наверное это потому что сильно упростился доступ к информации.

Модератор: Добре, з цим розібралися. А якщо поговорити про те, що інтернет змінює людей навіть з точки зору фізіології. Наприклад науковці кажуть, що в людей, які постійно користуються пошуковиками, погіршується пам'ять. Назвіть приклади як ще інтернет нас змінює.

Ірина: Даже не знаю, например очень рано ухудшается зрение потому, что мы часто смотрим на экран

Модератор: Ні, я маю на увазі психо-фізіологічні зміни.

Олександр: Не совсем понимаю по теме ли, но интернет, именно соцсети точнее дали людям возможность быть оцененными. Вот к примеру, девушки в частности, постят свои фото и смотрят на количество лайков, и по этому судят себе. То есть изменился принцип формирования самооценки. Мы оцениваем себя так, как нас оценивают в соцсетях.

Вікторія: Да и поэтому же зависимость от лайков даже существует.

Модератор: Хто ще може висловитися? Єгор?

Єгор: Я ничего не могу добавить, даже не понимаю как это.

Владислав: Мы говорили об ухудшении памяти но ухудшение памяти это следствие того, что человеку не нужно много запоминать. С этой задачей справляется наш телефон, а ещё какие-то другие последствия даже придумать сложно.

Модератор: Добре, я вас зрозумів, дякую. Пропоную поговорити трохи більше про інтернет, які психологічні чи фізіологічні потреби може задовольняти мережа?

Дмитро: Тут наверное более правильным будет вопрос какие нужды человек не может удовлетворять в интернете. Наверное все но немного по-другому чем в реальности.

Егор: Подожди ну ты же не можешь сходить в туалет или покушать онлайн

Дмитро: Хорошо, тогда все нужды, которые могут быть связаны с общением могут удовлетворяться в интернете, А по поводу других физиологических, для этого существуют определенные сайты.

Наталя: Кто-то спалился.

Модератор: Влад, що ти думаєш з цього приводу?

Владислав: Что я думаю.. В первую очередь это нужды в развлечении, общении в желании быть заметным или даже популярным. Я хочу сказать, что в сети этого проще добиться чем в реальности.

Наталя: Ещё если кому-то хочется что-то увидеть или услышать. Посмотреть какой сегодня закат в Париже, то есть наш интерес тоже можно удовлетворить в нете.

Олександр: Согласен с Наташей, ведь по сути все нужды которые удовлетворяются информацией они легко удовлетворяются за счет интернета. Это же площадка где есть всё, или почти всё, что может интересовать человека. Покупка или продажа, даже самореализация тоже возможна средствами интернета.

Модератор: Дякую, у кого є ще точка зору?

Вікторія: Не нужно говорить что интернет может удовлетворить всё, что нам нужно. Опять-таки живем мы в реальности.

Олександр: Ну тут да.

Модератор: Скажіть, а яка роль мережі, у вихованні людини зараз. Вікторія?



Вікторія: Если мы говорим о детях, то ребёнок привыкает общаться со своими сверстниками или даже с родителями онлайн, даже если раньше дети играли во дворе, то сейчас телефоны и компьютеры

Дмитро: Ну или то что раньше там могли рассказать пацаны постарше сейчас можно увидеть в интернете.

Модератор: У кого є ще думки?

Владислав: Я даже не знаю какое место занимает интернет в воспитании детей, но то что могу сказать это то, что по сравнению с нами, даже те дети, которым сейчас лет по 6-10, пользуются интернетом намного чаще, чем я в те же 6 лет.

Єгор: Так в этом же и вся суть, если они больше пользуются интернетом, значит он больше на них влияет. Дети как губки они всё что видят, сразу впитывают.

Ірина: К стати, если взять тех же ютуберов, которых дети смотрят, они же имеют определенное влияние на них имеют. Даже не факт что хорошее. Я без понятия даже чем сейчас дети интересуются. Но влияние того же Ютуба очевидно.

Єгор: У них сейчас есть у каждого свой канал на YouTube где они снимают какие-то ролики и смотрят видео друг друга. Я даже не говорю о том, что есть куча каналов с детским воспитательным контентом.

Модератор: В такому випадку, чи чули ви щось про поняття інтернет-цінності. Яка ваша точка зору, які цінності може дати глобальна мережа? Можливо Маша?

Марія: Сложный вопрос. Я не думаю, что сам интернет может нести хоть какие-нибудь ценности. Интернет это в первую очередь платформа, где куча людей и вот уже эти люди несут какие-то ценности. Обмениваются общением, я даже не знаю, как это описать. Короче, я не думаю что у самого интернета могут быть ценности, а вот у людей которые пользуются интернетом ценности есть и они общаясь друг с другом передают их друг другу. Хотя не думаю, что ценности можно просто так передать.

Олександр: Почему? Могут же быть ценности или принципы, которые появились благодаря интернету, например тот же самый принцип свободы информации.

Вікторія: Или в интернете наоборот могут защищаться какие-то идеи и какие-то принципы или ценности, а может наоборот даже.

Модератор: Ірина, яка твоя думка?

Ірина: Я больше согласна с тем, что ценности несет не интернет, а ценности несут люди. Грубо говоря, какие люди в интернете такие там и ценности.

Єгор: У меня как раз идея по этому поводу, если смотреть на ценности, которые может нести интернет, это какой-то степени плюрализм потому, что много идей и много людей и когда человек общается с таким большим количеством людей, это учит уважать чужие идеи и принципы.

Владислав: Согласен с Егором, интернет несёт в себе ценности масс, то есть решает основная масса пользователя, это какая-то универсальная культура. То, что является обычным в Америке, тоже самое будет и у нас. И так же эти ценности масс становятся универсальными и общепринятыми. Или уже универсальные ценности просто транслируются.

Модератор: Ми з вами поговорили про цінності інтернету і виховання. Але все таки якщо порівнювати сьогоdnішню молодь зі старшим поколінням, то як глобальна мережа змінила процес формування особистості?

Олександр: Можна, да?

Модератор: Так, звісно

Олександр: Интернет конечно же поменял, особенно если сравнивать с нашими родителями, в какой среде воспитывались они и в какой мы. У нас больше возможностей для общения и самовыражения, как раз благодаря интернету. Вместо библиотеки для учёбы есть википедия, даже если мы говорим о такой вещи как юношеский максимализм, что когда ты молодой тебе хочется всё и сразу, то сейчас, в эпоху интернета, это как то место где подобное более реально. У наших родителей такого не было.

Модератор: Дякую, Іра, можливо?

Ірина: Наверное сами принципы воспитания не поменялись, поменялись методы. Дети всё так же играют, они всё так же общаются. Но это происходит немножко по-другому.

Вікторія: Ну не немножко. Я думаю есть огромная разница между тем, чем занимались наши родители и мы в детстве.

Модератор: Дякую, Єгор, як ти вважаєш?

Єгор: Даже не знаю как можно оценить процесс формирования личности. Если говорить о молодёжи то у нас есть больше простора для общения и больше возможностей для общения. Появились новые девайсы и досуг и общение сильно изменились. Мы же даже на мир смотрим абсолютно по-другому. И само-собой развитие технологий очень на это повлияло.

Владислав: А тут наверное не процесс формирования личности поменялся, а скорее всего вещи которые формируют личность изменились. Круг общения очень сильно расширился и соответственно человек черпает информацию с большого количества источников и формирует свою личность под влиянием большего количества факторов.

Модератор: Зрозуміло, якщо інтернет відіграє таку важливу роль в формуванні особистості, то чи може він нав'язати ненормальну модель поведінки? Маша?

Марія: Да, конечно, особенно этому подвержены дети потому что они ещё не могут оценить здраво что правильно, а что нет. Увидели как делает трюки на видео и сами пошли прыгать с моста.

Ірина: Вот думаю любое окружение учит не нормального поведения, такое было всегда, даже до интернета. Хотя разница в том, что в интернете такое поведение может поощряться.

Дмитро: Если так подумать, то любой, по средствам того же Ютуб может заявить о себе. Какой-то руфер снимает как он лезет на крышу поезда, и другими это воспринимается как что-то очень офигенное. И некоторые могут начать повторять. Я помню мой однопоточник любил руферство, учился,

грубо говоря, по Ютубу. На свое день рождение он хотел чтобы его сняли на крыше электрички, но он задел провода.

Наталя: И что?

Дмитро: Ударило током и он умер.

Вікторія: Это не столько пример плохого влияния, сколько желание популярности. Если мы говорим о том, что в нете много насилия и секса, и дети имеют к этому доступ, то само собой это имеет плохое влияние. Но я считаю, родители в первую очередь должны оградить своего ребенка от подобного до определенного возраста. Создать что-то вроде безопасной информационной среды, тот же родительский контроль.

Модератор: Хтось ще маю якусь думку з цього приводу?

Єгор: Я еще могу сказать, что дети, да и не только, могут подражать своим кумирам в инете. Даже если их поведение не является, как это, общественно приемлемым.

Владислав: Мы уже говорим о людях, которые просто хотят привлечь к себе внимание и делают это посредством интернета, но если говорить, о том, что интернет навязывает какое-либо поведение, то это скорее огромная площадка с огромным количеством информационных ресурсов. Есть же сайты, где тебе расскажут, как сделать бомбу или сварить мет или как вскрыть замок. Проблема в том, что подобное очень доступно для любого человека.

Модератор: Добре, а який на вашу думку мають вплив на формування особистості так звані інфлюенсори або інтренет-кумири?

Олександр: Ну как, это люди которые собирают многотысячную аудиторию фолловеров. И само собой мнение такого человека или его творчество важно для подписчиков и имеет на них влияние. Этот человек может являться авторитетом для в определенных вопросах.

Ірина: Даже если посмотреть на кумиров в реальной жизни, они же имеют влияние на свою аудиторию. А в сети в тех, кого уже считают инфлюенсором больше пары сотен тысяч подписчиков, которые постоянно следят за жизнью человека. И все меют моментальный оступ к тому контенту,

который они выкладывают. Это тоже знаменитости, их так же используют для рекламы.

Вікторія: По-моему, все эти интернет иконы, если их так можно назвать, они показывают в первую очередь пример какого-то поведения. Они показывают как добиваться успеха как себя представлять, как быть популярным, богатым и тому подобное. Соответственно увлеченные люди будут подражать своей иконе.

Модератор: Добре, а якщо все таки говорити про наш світогляд, наші цінності, то чи можуть ці люди впливати, на те, як ми сприймаємо світ?

Вікторія: Они не то чтобы влияют на наше восприятие, они показывают на собственном примере и собственной жизнью как может быть если вести себя определенным образом. Я имею в виду что они становятся каким-нибудь примером и дают определенные модели поведения.

Я вас зрозумів. Скажіть тоді, що для вас являє собою самореалізація і чи можливо реалізувати себе в мережі? Хто почне? Може Саша?

Олександр: Ох, сложный вопрос. О чем еще думать молодежи, как не про самореализацию. Самореализация, в первую очередь, это то как человек сможет полностью реализовать свой потенциал, свои навыки и применить их в жизни. Как пример реализации себя в сети, это конечно же возможно заниматься какими-нибудь онлайн курсами, узнавать много разного. Так же ты можешь общаться с многими людьми, ты можешь пиарить себя, зарабатывать какие-нибудь деньги на этом, ты можешь начать собственное дело в интернете, ты можешь стать блогером или по-другому как-то работать с публикой. Или даже рисовать, наверное можно реализовать свои навыки.

Вікторія: Лично я считаю, что самореализация это больше о том, как найти место в жизни. Само собой для каждого это что-нибудь разное, а если вернуться к вопросу можно ли реализовать себя в сети, то конечно же да. Примеров тому очень много мы недавно говорили о тех же инфлюенсерах, то есть по сути это люди, которые реализовались в сети, они раскрыли себя, они

являются популярными, они этим зарабатывают деньги. То есть они нашли свое место в жизни посредством социальных сетей.

Ірина: Я немножко не понимаю разницу реализовать себя в жизни с помощью интернета или реализовать себя в интернете. Если я сейчас работаю в соцсетях, веду несколько групп я занимаюсь социальным маркетингом и реализовываю себя в жизни, применяю свои навыки через соцсети. Я не реализую себя в интернете я реализую себя через интернет.

Модератор: Давайте поговоримо про реалізацію себе в інтернеті. Зрозуміло, що можна реалізовувати себе через інтернет, використовуючи його як інструмент, але хотілось би поговорити про самореалізацію у віртуальному просторі. Хто має думки з цього приводу?

Егор: Самореализация такое широкое понятие, что она для каждого своя. Можно же часами и днями-неделями играть в игры. Человек от этого будет счастливым, у него там будет прокачанный перс 100 500 уровня и вообще он там самый крутой на сервере. В определенной степени это та же самореализация в интернете. Или если взять другой способ, ребята говорили, создание блогов или обзоров. А если мы говорим о творческой сфере, то интернет -это площадка, где творческий человек может реализовать себя на сто процентов. Написание статей, или постинг фото. Хотя вот даже в реальности ты просто девушка из провинции, а в инсте ты бьюти блогер.

Модератор: Наталя, яка твоя думка?

Наталя: Я согласна была с Сашей, в том, что самореализация - это развитие каких-нибудь личностных качеств и навыков, соответственно и их применение. И если мы говорим о развитии навыков, то это реально сделать с помощью интернета, там курсы разные, и языковые, специализированные, куча видеоуроков и тому подобное.

Ірина: Опять-таки получается что человек реализуется в сети, только если он там буквально живет, всё остальное подходит под реализацию с помощью интернета.

Модератор: Зрозуміло, може хтось тоді підсумує тему самореалізації в інтернеті і через інтернет? Саша, давай, ти починав, можеш закінчити.

Олександр: Ну хорошо. Если говорить в общем, то и интернет, и соцсети предоставляют огромные возможности для самореализации от обучения и до творчества. При всем при этом, каждый может реализовывать себя как хочет: играя, работая, создавая контент. Ничего не забыл? А, еще то, что самореализация для каждого своя.

Модератор: Дякую, пропоную перейти докладніше до головної теми нашого обговорення. Скажіть, яка все-таки роль інтернету у формуванні цінностей молоді? Хто почне?

Ірина: Давайте я начну. Думаю, что роль интернета огромна потому, хотя бы, что интернет занимает очень важное место в жизни любого молодого человека. Я имею в виду, что мы все проводим очень много времени онлайн. Когда я провожу свій досуг читая какой-либо материал или смотрю видео, или общаюсь, или обычный серфинг в соцсетях - это не на самом деле. Я хочу сказать, хотя бы из-за того, что мы проводим очень много времени онлайн, хотя бы из-за этого интернет имеет на молодежь, на нас огромное влияние.

Владислав: Тут я скорее согласен потому, что если взять лично меня, моё общение с моими друзьями, с моими родными, просмотр новостей, или другой информации - всё это огромный кусок взаимодействия с окружающим миром проходит через интернет, через соцсети. Это и досуг, это работа, это какие-то другие связи - всё проходит через интернет. А если мы говорим о формировании каких-нибудь ценностей, то да, безусловно, есть влияние на формирование наших принципов и ценностей. А если говорить почему так, то наверное потому, что это огромное пространство любой информации и общения.

Модератор: Наталя, яка твоя думка?

Наталя: Я, конечно, не считаю, что вся моя жизнь онлайн, но тем не менее это же очевидно что мы росли и развивались под влиянием соцсетей. Все таки интернет имел огромное влияние на моё воспитание ну или те же

ценности, хорошо. Грубо говоря интернет - это наше окружение , место сосредоточения наших кругов общения, огромное пространство знаний об окружающем мире которые мы получаем. И если вот так вот смотреть на вещи, тогда получается понятно, почему именно, как там тема звучит, сетевые средства массовой коммуникации как раз на молодежь, и на детей ещё больше, имеют большое влияние.

Дмитро: Да, так и получается, потому что наше окружение онлайн в определенной степени а окружение безусловно, влияет на формирование человека.

Вікторія: Не знаю подходит ли, но по списку друзей человека и какие фото он выставляет в Инсту уже можно понять что это за человек, сразу формируется впечатление. И в большинстве случаев, судя по моему опыту, впечатление будет верным.

Модератор: Хтось ще бажає висловитися

Марія: Получается, если бы не было социальных сетей и тому подобного, то мы были бы совершенно другими людьми. Даже сложно представить, наверное были бы похожи больше на наших родителей, Что хочется еще добавить. Каждый человек он когда смотрит на свое окружение, он как-то старается подходить или походить на своё окружение и если рассматривать в этом жанре то люди, с которыми мы общаемся как-то нас меняют и они имеют влияние на нас, а мы, соответственно, на них. А если мы говорим, что интернет — это средство связи или там коммуникации, то благодаря тому, что это настолько большое и разнообразное средство коммуникации, можно сказать, что существует определённое влияние на наш кругозор и на формирование наших ценностей, принципов каких-то, отдельных аспектов личности.

Модератор: Дякую, Саша, Єгор, яка ваша думка?

Єгор: Я ничего нового не скажу, в принципі согласен с ребятами.

Олександр: Да, я согласен, что человека от части формирует его круг общения, а интернет это место современного общения. Отсюда и влияние.



Модератор: Добре, з цим розібралися, можливо ви назвете ресурси в мережі які особливо впливають на молодіжну групу?

Владислав: Скорее всего, те ресурсы, где основная аудитория молодежь. Если мы говорим, что соцсети влияют на молодежь, так это не потому, что соцсети – особенный ресурс, просто там висит много молодежи, отсюда и влияние.

Ірина: Тут я согласна, можно даже скорее сказать, что люди сами создают среду которая в дальнейшем будет увеличивать свое влияние на представителей этой среды.

Єгор: Да я тоже всё в принципе согласен

Дмитро: Подождите, есть же отдельные сайты, которые ориентированы на молодежную группу или мы говорим о влиянии вообще всего, или чего-то специально молодежного

Модератор: Ми в першу чергу коворимо про весь інтернет-простір, і які ресурси цього простору мають найбільший вплив на молодь.

Дмитро: Ну если так, то лично для меня это Инстаграм, раньше был ВК, сейчас немножко Фейсбук. А есл не соцсети, то возможно онлайн-игры.

Олександр: Здесь наверное работает принцип, чем большее количество людей, которые взаимодействуют, соответственно больше влияния на каждого отдельно.

Модератор: Оцініть, будь ласка вплив інтернету на нашу культуру.

Єгор: Я говорил ранее, что интернет дает огромную площадку для человеческого творчества, соответственно с помощью интернета можно творить культуру, если это площадка для творчества, то значит и площадка для творение культуры.

Олександр: Согласен, так же культура создается как результат взаимодействия людей.

Ще якісь думки?

Вікторія: Нет

Марія: Нет, всё уже сказали.

Модератор: Прекрасно, якщо говорити про суспільну мораль, то яке місце займає мережа в становленні суспільної моралі?

Марія: На самом деле, о морали в инете можно сказать многое, потому что интернет как и деморализует, человека потому, что ты можешь говорить всё и тебе не будет за это ничего. То что мы говорили ранее о кибербуллинге. Но с другой стороны он может стать инструментом защиты моральных принципов. Может подниматься шумиха если нарушаются права человека.

Олександр: Тут да, потому что безнаказанность, по идее, должна провоцировать безнравственность. К тому же есть очень много айтов и пабликов которые не назовёшь моральными и понятно, что много людей, особенно молодых людей, пользуется этими ресурсами, но тем не менее, если мы говорим о защите каких-то моральных ценностей или той же нравственности, то тут наверное нужно сказать, что вообще понятие нравственности и моральных ценностей сейчас очень поменялось. Я хочу сказать, что в первую очередь нельзя сказать что интернет деморализует человека. Какое было воспитание, такой месседж человек посылает в массы. Опять таки, интернет всего лишь площадка, а мораль у каждого своя.

Владислав: Подождите, интернет может формировать мораль, то есть благодаря интернету можно сформировать общественную мораль. Если, например, существует определенное информационное поле, то конечно, оно влияет на формирование общественной морали. Ведь от информационного поля в котом живет человек, зависят его моральные установки.

Дмитро: Говоря о формировании информационного поля, это же по сути та же цензура. А цензурировать интернет в наше время слишком сложная задача, всё равно, люди будут находить то, что их интересует.

Хто ще бажає висловитися? Наталя? Іра?

Ірина: Я ничего нового не скажу.

Модератор: Окей, ми заговорили про інформаційне поле і про його вплив. А от на скільки можливо керуючи інформаційним полем, керувати масами?

Ірина: Это же основа любой рекламы. В информ поле попадает реклама о новом продукте, и люди идут покупать.

Вікторія: Согласна, но тут скорее нужно сказать, что информация, информационное поле формирует наш кругозор хотя бы поэтому можно сказать, что формируя информ поле, можно формировать кругозор человека. Некоторым странам это прекрасно удается.

Модератор: Саша?

Олександр: Я вот хотел сказать, что информационное поле в интернете на меня не влияет, но потом подумал о том, что я же просто не замечаю влияния. Ведь вся информация, которую я получаю, а как мы говорили, что больше информации и я, и остальные получаем с интернета через общение или те же новости. Не уверен на сколько возможно управлять массами таким образом, но создать определенные настроения вполне реально.

Модератор: Маша, може в тебе будуть думки з цього питання:

Марія: Ну я в принципе согласна

Модератор: Давайте тоді ще трохи поговоримо про цензуру. На вашу думку чи потрібно цензурувати інтернет, блокувати сайти. Чи має бути певний контент бути заблокованим для рядового коистувача?

Вікторія: Может сейчас кто-то заговорит, что свобода информации в первую очередь, но посмотрите, взять человека, не очень адекватного и он хотел бы сделать бомбу, Само собой, что такое можно найти просто погуглив, или как напечатать на 3Д принтере пушку. Доступность такого рода контента опасна для людей, так что всё таки какая-никакая цензура должна быть.

Єгор: Я вообще не согласен с этим, потому, что в первую очередь правоохранительные органы должны следить за тем, чтобы никто ничего не взорвал, а если мы говорим то кто будет за нас выбирать что мы должны видеть, а что нет. В 21 веке должна быть свобода информации, прозрачность, а если мы говорим, что должны быть запрет доступа к ресурсам определённым, которые могут быть потенциально опасными для человека, то ну а кто извините меня, решает что эти ресурсы потенциально опасные для человека.

Я до сих пор не понимаю почему заблокировали ВК, и Фейсбуке и Инсте ведь тот же контент есть.

Вікторія: Если у человека есть задатки маньяка, то просмотр видео или фото с насилием может только усилить эти задатки. Существуют же люди с нестабильной психикой, а подобное еще больше расшатывает.

Егор: Нет подожди, ты говорила о том, что человек может собрать бомбу по инструкции в гугле, извини меня, но если человек хочет пойти кого-то убивать, он просто возьмет ножа и тупо пойдет убивать а если не ножом, то голыми руками. И если человек, как ты говоришь, с задатками маньяка, так это всё равно рано ли поздно проявится, без сяких фото и видео.

Модератор: Я вас зрозумів, а якщо ми говоримо про певну загрозу тероризму, то чи маємо ми добровільно ділитися своєю особистою інформацією, заради того щоб жити в безпеці?

Егор: Во имя безопасности, на самом деле, можно оправдывать все, что угодно. Тут единственный вопрос к государству, взять ту же Россию. Они же тоже во имя безопасности сажают людей за посты в ВК. Государство таким образом, шпионя за народом, может душить протесты ли убирать несогласных. Существует такое понятие, как неприкосновенность личной жизни, это даже в нашей Конституции написано.

Наталя: Как-то странно, если государство считается демократическим, то оно, по идее, не должно следить за жинью человека, это уже тоталитаризм какой-то.

Олександр: На самом деле, хоть мы тут и говорим о защите личности, служба безопасности отслеживает все, что происходит в нете, тут действительно главное что бы не сажали людей за их высказывания.

Егор: Всё-таки я уверен что интернет должен быть свободным информационным пространством, и люди уже как-то должны сами регулировать обиход информации. Не правильно что кто-то другой, кроме тебя самого решает что смотреть, а что нет.

Модератор: Дякую, у мене буде останнє питання нашої дискусії. Ми говорили про вплив мережевих асоцій масової комунікації на формування особистості чи цінностей у молоді. А от якщо говорити про сучасних дітей, вони вже народилися в період набагато ширшого застосування інтернет спілкування, ніж ми. Як відрізняється вплив на них і на вас в дитячому віці?

Ірина: Они с малых лет вовлечены в интернет в общение в интернете, дальше с развитием технологий еще больше будут внедрятся.

Марія: Если уже на сегодняшний день у каждого ребенка есть по одному каналу на YouTube, то и влияние намного больше. Я в их возрасте мультики смотрела, а они смотрят и обсуждают блогеров. Я воспитывалась мультиками, а эти дети блогерами, как-то так.

Владислав: Всё таки их детство уже другое чем было у нас, у меня первый телефон кнопочный появился в 8 лет, само-собой без мобильного интернета. Так что конечно же у них сейчас может даже больше общения с соцсетях чем у нас, или даже если так же, то мы уже зрелые личности, у нас есть представление об окружающем мире. А в детей все это только формируется

Модератор: Дякую вам. Я радий, що ми з вами так гарно поспілкувалися. Дякую за участь.